1999-2000
ANNUAL REPORT

Telefilm Canada

Canada

OFFICES IN CANADA

MONTRÉAL*
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

TORONTO
2 Bloor Street West
22nd Floor
Toronto, Ontario
M4W 3E2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

VANCOUVER
310 – 440 Cambie Street
Vancouver, British Columbia
V6B 2N5
Phone: (604) 666-1566
Fax: (604) 666-7754

HALIFAX
1684 Barrington Street
3rd Floor
Halifax, Nova Scotia
B3J 2A2
Phone: (902) 426-8425
Fax: (902) 426-4445

OTTAWA
360 Albert Street
Suite 1560
Ottawa, Ontario
K1A 0M9
Phone: (613) 947-2938
Fax: (613) 947-2537

* Head office and Quebec Operations office

EUROPEAN OFFICE

PARIS
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Phone: (33.1) 44.18.35.30
Fax: (33.1) 47.05.72.76

› › › This annual report is published by the Communications and Public Affairs Department of Telefilm Canada with the participation of the Policies, Planning and Research Department.

Additional copies may be obtained by writing to the following address:
Telefilm Canada
Communications and Public Affairs
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9

Legal Deposit:
Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Graphic design:
Agence Code communications

Pre-press:
Grafix Studio

Printing:
Bowne de Montréal

Board Members and Senior Management 4

Letter to the Minister 5

Management 6

Message from the Chairman 9

Message from the Executive Director 13

From Coast to Coast 16

Unforgettable Canadian Stories and Images 18

1999-2000 Financial Results 22
› Commitments
› Telefilm Canada's Commitment Capacity

HIGHLIGHTS **25**

› Telefilm Canada: An Active Force in Canadian Cultural Policy

› Production and Development

› National and International Promotion of Canada's Industry and Products

› Training and Professional Development

› International Relations

TELEVISION **35**

› Canadian Television Fund – Equity Investment Program

CINEMA **49**

› Telefilm Canada's Feature Film Fund

› Feature Film Distribution Fund

MULTIMEDIA **59**

› Multimedia Fund

FINANCIAL STATEMENTS **63**

Laurier L. LaPierre, O.C.
Chairman
Ottawa, Ontario

Jeanine C. Beaubien, O.C
Vice-Chairperson
Montréal, Quebec

Elvira Sánchez de Malicki
Chairperson
Audit and Finance Committee
Etobicoke, Ontario

Bluma Appel
Member
Toronto, Ontario

Ron S. Bremner
Member
Calgary, Alberta

Sandra Macdonald
Member ex officio
Government Film Commissioner
Montréal, Quebec

Louise Pelletier
Member
Montréal, Quebec
Joined Telefilm Canada's Board on May 15, 2000

François Macerola
Executive Director

Peter Katadotis
Director – Canadian Operations

Danny Chalifour
Director – Finance and Administration

Danielle Dansereau
Director – Communications
and Public Affairs

Guy DeRepentigny
Director – Policies, Planning
and Research

Deborah Drisdell
Director – International Relations

Stella Riggi
Director – Human Resources

John Pelletier
General Counsel and
Corporate Secretary

101-03282/

Montréal, June 21, 2000

The Honourable Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage
Ottawa, Canada

Dear Madam:

In accordance with the provisions of Section 23 of the *Canadian Film Development Corporation Act*, 1967, I have the honour to present to you, on behalf of the Board of Directors, the 32nd Annual Report of the Canadian Film Development Corporation (now called Telefilm Canada) as well as the financial statements for the year ended March 31, 2000.

Yours very truly,

The Chairman,

Laurier L. LaPierre, O.C.

François Macerola
Executive Director

OPERATIONS

Peter Katadotis
Director, Canadian Operations

MONTRÉAL OFFICE

Joëlle Levie
Director, Operations
Quebec

Pierre Even
Director, Business Unit
– Feature Film

Michel Pradier
Interim Director, Business Unit
– Television and Multimedia

TORONTO OFFICE

Karen Franklin
Director, Operations
Ontario
Interim Director, Business Unit
– Television

John Fulton
Director, Business Unit
– Feature Film and Multimedia

VANCOUVER OFFICE

Elizabeth Friesen
Director, Operations
Western Region

John Dippong
Director, Business Unit
– Feature Film

Lauren Davis
Director, Business Unit
– Television

HALIFAX OFFICE

Ralph Holt
Director, Operations
Atlantic Region

FINANCE AND ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Director, Finance and Administration

Marina Darveau
Controller

Carolle Brabant
Director, Systems, Technology
and Contract Management

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

Danielle Dansereau
Director, Communications
and Public Affairs

POLICIES, PLANNING AND RESEARCH

Guy DeRepentigny
Director, Policies, Planning
and Research

INTERNATIONAL RELATIONS

Johanne St-Arnauld
Interim Director, International Relations

Sheila de La Varende
Director, European Office

HUMAN RESOURCES

Stella Riggi
Director, Human Resources

GENERAL COUNSEL AND CORPORATE SECRETARY

John Pelletier
General Counsel and
Corporate Secretary

A CULTURAL INVESTOR IN FILM, TELEVISION AND MULTIMEDIA

Telefilm Canada's Mandate
Telefilm Canada's mission is to provide the industry with financial support and strategic leverage in producing high-quality works that reflect Canadian society, with its linguistic duality and cultural diversity, and ensuring their widest possible distribution in Canada and abroad.

Commitments: More Than $160 Million for the Canadian Industry
Established in 1967 as a Crown corporation, Telefilm Canada this year allocated more than $160 million towards the development and promotion of the Canadian industry. This sum is composed of a parliamentary appropriation, contributions from the Department of Canadian Heritage and receipts deriving from the Corporation's financial participation.

Acts and Agreements
Telefilm Canada reports to the Department of Canadian Heritage, and its activities reflect federal government policies. The Corporation's operations are governed by the *Canadian Film Development Corporation Act* and the *Financial Administration Act*, and its contributions to the industry are made in compliance with Treasury Board requirements.

The Corporation is further subject to the provisions of the following legislation: *Official Languages Act*, *Canadian Multiculturalism Act*, *Employment Equity Act*, *Income Tax Act*, *Privacy Act* and *Access to Information Act*.

The Corporation's funds and programs are administered in accordance with the Memoranda of Understanding and Contribution Agreements signed with the Department. They are subject to regular statutory assessment and internal evaluation.

Board of Directors
Telefilm Canada's Board is appointed by the Governor General in Council. It reports on its administration in an annual report that includes financial statements audited by the Auditor General of Canada. Telefilm's Board of Directors is composed of seven members.

140 Employees, Five Offices
The Corporation's offices in Montréal, Toronto, Vancouver and Halifax offer a wide range of services to clients in their respective regions, fostering creative endeavours throughout the country.

Through its office in Paris, the Corporation provides valuable expertise for implementing strategies to develop new international partnerships and markets.

Telefilm Canada has 140 employees working in six divisions: Canadian Operations, Finance and Administration, Policy, Planning and Research, Communications and Public Affairs, International Relations and Human Resources.

Extensive Support for National and International Industry Activities
Telefilm Canada administers fifteen different funds and programs. For the most part, the Corporation's resources are devoted to developing and producing television programs, feature films and multimedia products.

The Corporation helps to expand audiences for Canadian products through support for distribution, export, versioning, marketing, and industry promotion at festivals and markets.

Productions Supported by Telefilm Canada
Each year, the Corporation's support goes to develop and produce some 600 works in the following categories: theatrical feature films, television drama, documentaries, children's programs, variety shows and multimedia products.

Diversified Financial Support
Telefilm Canada provides financial support mainly in the form of investments but also as advances, loans, loan guarantees and grants. Telefilm shares production risks and revenues with the industry. Recouped amounts are reinvested in the industry.

Co-production Agreements: Development Tools for the Industry
Telefilm Canada administers Canada's co-production agreements with 55 countries. These agreements serve as development tools for the industry in securing product financing and international distribution.

1997-2000 Business Plan
Focus on Telefilm Canada's 12 Primary Goals

In November 1997, Telefilm Canada published a business plan for 1997-2000 entitled *Towards the New Millennium*. In it, the Corporation laid out 12 primary goals and some 100 strategies, which have served as the basis for its actions and activities during the past three years.

As this annual report attests, fiscal 1999-2000 proved crucial to achieving these goals. Each of the Corporation's divisions and its five offices contributed to fulfilling the business plan, in line with which the Corporation:

- strengthened support for works that are distinctively and identifiably Canadian;
- worked in collaboration with the Department of Canadian Heritage to ensure the renewal of the Canadian Television Fund from 1998-99 to 2000-01;
- increased the volume of Canadian television programs, feature films and new media works;
- improved the quality, marketability and competitiveness of Canadian feature films;
- encouraged regional production in both official languages, maintaining an appropriate balance;
- facilitated the Canadian public's access to Canadian television programs, feature films and multimedia products through professional marketing and promotional activities;
- multiplied business opportunities for Canadian producers and distributors in international markets and increased the visibility of Canadian products abroad;
- expanded support for small and medium-sized companies;
- supported the professional development of emerging Canadian producers, writers, directors and other talent;
- contributed to the development of the federal government's national and international policies and initiatives affecting the Canadian industry;
- delivered pertinent, effective programs and services to the industry, undertook to assess their performance by means of appropriate measures and made optimal use of existing expertise and infrastructures; and
- strengthened all forms of communication with the television, film and new media sectors, the various levels of government and the general public.

Eyes on the Future:
The 2000-2005 Business Plan

The Corporation will be issuing its new business plan shortly. Telefilm Canada is working on a longer-term basis than ever before, with a five-year plan for 2000 to 2005. A summary of the Plan will be available on the Corporation's website and at all Telefilm offices.

We have just entered a bold new millennium where the only constant is change. It is an era of innovation, one that demands new paradigms and new approaches but that presents new challenges as well.

The phenomenon of digital convergence is now integral to our lives, as new media deliver unprecedented ways of capturing our imagination. Interconnectivity has brought the world to our doorsteps, expanding our horizons and opening our minds. And in film, literature and music, the Internet has given us the ability to seek out works from far and wide. But with endless possibilities available at the click of a mouse, the cultural sphere has become increasingly competitive and myriad outlets vie for our attention.

Fortunately, we have a wealth of assets that make it a privilege to live in this country. Canada has an abundance of natural resources, its citizens are respectful, its institutions are strong and its culture is based on diversity and tolerance. Canadian culture is the personality of our country, the sum of our values, beliefs, ways of life, passions and hopes. It is what identifies Canada to the rest of the world and makes us the envy of many. But this does not necessarily mean that all is well.

Despite its many achievements, Canada's television industry – indeed, our cultural industry in general – can never rest on its laurels. Although Canada is one of the world's largest exporters of television programs, our producers still face the difficulty of telling Canadian stories to Canadian audiences with financial resources far inferior to those enjoyed by their counterparts in the United States. And while Canadian feature films are lauded on the international festival circuit, their share of Canadian screen time at home remains woefully small.

Canada has the duty to protect its culture. Our film, television and new media products reflect our rich cultural diversity and allow us to discover a multitude of points of view and realities that we would not otherwise encounter. We must continue to ensure that our nation's cultural values, history and traditions will be preserved for generations to come. And to ensure that Canadian creators have the means to push back the boundaries of our imagination, foreshadowing tomorrow's realities in today's tendencies.

Telefilm Canada, with its long experience, strong national presence and contacts throughout the world, must continue to promote Canada's cultural diversity and cultural sovereignty. These issues are paramount, and without them, there can be no Canadian content.

LAURIER L. LAPIERRE, O.C.

A Call for New and Daring Perspectives

There are undoubtedly repercussions on Canadian culture when our screens – including those of our computers, thanks to the Internet – are increasingly filled with foreign content. But new media also provides us with the means to portray our country and people in ways that were unimaginable just a short while ago. Documents of national importance, timeless works, and images from our history can be made readily accessible at all times. This is just one example of the fields in which Telefilm Canada and the Canadian industry must be prepared to take risks and consider new perspectives.

We are as good as anyone else at telling stories, if not better; the real problem has long been about reaching critical mass. And in order to achieve this, we must invest in our future. Canadian storytelling – Canada's voices and images – will endure only if we support new ways of telling and new creators to tell.

Imaginative newcomers and small and medium-sized businesses form the cornerstone of the future. To be at the forefront of any sector, it is essential to develop and promote emerging talent through diversified programs in all regions of the country. Young Canadian creators must be able to grow and successfully position themselves in a rapidly evolving global environment. For companies, the Corporation announced in June 1999 that it would be directing its resources chiefly to SMBs, as their development, both at home and abroad, is the best long-term guarantee of industry success.

1999-2000: Resounding Success for Canadian Works

Canada's television, feature film and multimedia industry once again entertained and moved us, while appealing to domestic and international audiences alike.

This year saw several firsts for Canadian cinema. With Alexander Petrov's *The Old Man and the Sea* taking the Oscar for Best Animated Short Film and François Girard's *The Red Violin* receiving the Oscar for Best Original Score, Canada cemented its already prestigious reputation in the international film community. The industry also had reason to celebrate this spring when Denys Arcand's *Stardom* was selected to close the 2000 Cannes International Film Festival – a Canadian first! One of the year's hit came from the Atlantic region: Rodrigue Jean's *Full Blast*, the first Acadian feature made in French. Aboriginal filmmakers also passed a milestone with *Atanarjuat (The Fast Runner)* by Zacharias Kunuk and Paul Apak Angilirq, Canada's first feature film entirely written and produced in an Aboriginal language, Inuktitut.

Television producers from coast to coast contributed programs that illustrate the many aspects of the Canadian experience. Popular series continued to enthral audiences, while new dramas demonstrated that our capacity for taking chances on fresh talent and concepts remains undiminished. In all cases – drama, documentaries, children's programs, variety and performing arts shows alike – Telefilm financed works that reflect Canada's cultural diversity, including regional productions and projects made in official-language minority situations. Aboriginal creators also made their mark with stories that artfully examine native traditions and cultures, told in English, French and a dozen of different Aboriginal languages.

Among the year's broadcast success stories are *Fortier*, *Gypsies*, *Caserne 24*, *Made in Canada II*, *Anne of Green Gables: The Continuing Story*, *The Holier It Gets*, *Traders*, *Crimes of Honour*, *Lunatiques*, *Incredible Story Studio*, *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, *Milgaard*, *Stories From the Seventh Fire* and *Da Vinci's Inquest*.

Canada's multimedia industry pursued its remarkable growth. Indeed, the industry's output is such that Canada is now the fifth-ranked producer of multimedia products in the world, right behind the United States, Germany, France and the United Kingdom. This year's excellent projects include the new adventures of Mia Mouse in *Mia II : Le Mystère du chapeau perdu*, an interactive, animated CD-ROM enjoying international success, *Monster by Mistake* and *Buddy Brush and the Painted Circus*.

Canadian Television Fund: A Team Effort

For the past four years, Telefilm Canada, through the Canadian Television Fund's Equity Investment Program, has provided record support for the development of distinctively Canadian television, with exceptional results. However, despite our overwhelming success, this public-private partnership must evolve to better respond to the needs of our clients. One thing is certain, though: Telefilm Canada will continue to play a dynamic role in the television sector and to actively support the creators who reflect our lives with enriching imagination.

Board of Directors

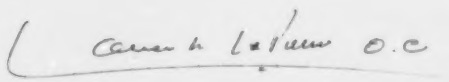
Telefilm Canada was deeply saddened by the death of Laétitia Cyr, Vice-Chairperson of the Board, in September 1999. An Acadian from New Brunswick, Mme Cyr gave eloquent voice to the particular needs of French-speaking Canadians outside Quebec and worked tirelessly to promote the productions and talents of her native region. The vision, dedication and grace that she brought to all things will be remembered.

1999 also saw the passing of another great figure of the arts community, Gratien Gélinas. M. Gélinas was a leading light on the Canadian cultural scene for 60 years. Renowned for his distinguished work in theatre, he was also the Corporation's second and longest-serving Chairman, from 1969 to 1978. Telefilm Canada and the Canadian industry owe much to his administrative skills and his boundless passion for cultural development.

In 1999-2000, two members took on added responsibilities. In December, Jeanine C. Beaubien was elected Vice-Chairperson of the Board and Elvira Sánchez de Malicki was elected Chairperson of the Audit and Finance Committee. I am also very pleased to announce that the Board now has a full complement, with the appointment of Louise Pelletier of Saint-Lambert, Quebec. Mme Pelletier is a well-known screenwriter with extensive knowledge of the Canadian television industry. We are proud to have her with us.

In closing, I would like to thank François Macerola and the entire Telefilm Canada team for their support and enthusiasm.

I also want to express my heartfelt admiration for all the professionals working in Canada's feature film, television and multimedia industry. Your vision and artistry are sources of inspiration to us all!



Laurier L. LaPierre, O.C.

Bluma Appel
(Toronto)
"This has been another vintage year. Telefilm Canada can add a further feather to its cap – especially for its support of the Canadian new media industry. We are living in rapidly changing times, and Telefilm must continue to contribute to the careers of our content creators. I can say without doubt that this is the best board I have worked with. Together, we form a dynamic and experienced group that shares a passion for promoting the Canadian cultural industry."

Jeanine C. Beaubien
(Montréal)
"Telefilm Canada fosters the production and distribution of excellent products in English, French and Aboriginal languages that have wide audience appeal in Canada and abroad. My wish, as Vice-Chairperson of the Board, is to see Telefilm remain in the vanguard on cultural issues. Support for training and emerging talent is essential. And it is crucial to make young audiences aware of Canadian production, for they are the future of our culture."

Ronald S. Bremner
(Calgary)
"It is exciting to be a part of the Board of Telefilm Canada. In today's global marketplace, it is essential that we do everything we can to ensure that the special and unique stories of Canada are told far and wide. With a strong and improved distribution system and better marketing of Canadian feature films, we will not only keep Canadian cinema thriving but will also ensure that we are taking our rightful place on the world stage."

Louise Pelletier
(Montréal)
"As a writer for television, I would like to see even more respect and recognition for creators. It is the creator's vision that defines any work. Our audience identifies with homegrown television; it is a shared point of reference. The more a work reflects its culture, the greater its audience appeal. I also believe it important that French-language creators be able to continue to work in their language and reflect the Francophone reality in North America."

Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)
"I am pleased to say that Telefilm Canada, as a federal cultural agency, will be playing an important role in upcoming discussions on linguistic and cultural diversity. I am also extremely proud to have been appointed Chair of the Audit [illegible] mittee. Our responsibilities have been expanded in order to ensure that Telefilm carries out its mandate in an increasingly transparent and sound business manner."

Sandra Macdonald
(Montréal)
"As Government Film Commissioner, I bring to the Board of Telefilm Canada some experience in the development and implementation of film and television policy, and in the challenges of managing a federal cultural agency. One of my preoccupations is ensuring that the various financing partners in Canadian production are as consistent with one another as possible, so that the focus can be on creation, rather than on the deal."

For Telefilm Canada, 1999-2000 was an extremely demanding year, which saw a wide-ranging reassessment affecting both our administrative procedures and our role in relation to the industry. But beyond the many difficulties, the year was positive in that it allowed us to reaffirm the Corporation's unique role in Canada's cultural environment.

TELEFILM CANADA'S ROLE AS A PUBLIC AGENCY INVESTOR

Television: A Call for True Private-Public Sector Partnerships

What exactly is the Corporation's role as a public agency and cultural investor? Four years ago, the creation of the Canadian Television Fund (CTF), a private-public sector partnership, was seen as a remarkably innovative initiative. The Fund has been successful in many ways, and its financial resources continue to be crucial to the television and feature film industry. However, it has become increasingly apparent that this partnership presents certain drawbacks. This has led some to wonder whether, in a context of growing private investment, there is still room for public agencies. Should the administration of public funds be transferred to the private sector?

The conclusions of two reports produced this year, one by KPMG and the other by Silcox-Colbert, suggested, in fact, that Telefilm Canada should cease all investment activity in the television sector. To do so, however, would be to disregard more than 20 years of expertise that has been tried and tested on both the cultural and industrial fronts with results that are admired and envied by many industries the world over.

Moreover, I firmly believe that there is a place for true partnerships between the private and public sectors, for alliances that demonstrate respect for each partner's competence and experience, that guarantee the sound administration of public funds and that hold their administrators accountable. The process of renewing the Canadian Television Fund, slated for 2001-2002, can be expected to arouse intense debate on the issue of governance and on the Fund's methods of operation in general. Telefilm Canada will take part in this debate with the full enthusiasm, energy and, above all, experience of its teams from across the country.

FRANÇOIS MACEROLA

Feature Films: Towards a New National Policy

Feature films remain the "poor cousins" of the communications industry. They have been left to themselves, at the mercy of a fiercely competitive market, with no legislative framework or supervisory body, and with financial resources that are significant but nonetheless insufficient.

Over the course of the year, we worked with the Department of Canadian Heritage to develop a new film policy aimed at expanding audiences for Canadian films, increasing the financial resources available for each production and improving marketing practices for Canadian cinema. The results of this policy will not be felt immediately, but the context holds promise. Our industry can already count on exceptional creative talents and unique production and distribution expertise. The injection of new funds, in combination with goals that take cultural imperatives and market needs into account, could ensure that Canadian films finally take their rightful place on Canadian screens. Broadcasters and exhibitors will have an integral role to play in this endeavour, because producing feature films in Canada, as in every country, demands the collective efforts of all partners, whether they are involved in creating, producing or marketing.

It's time to stop segregating these medias. We must devise new models that are more far-reaching, more in keeping with the industry's real needs and with contemporary management performance requirements.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Focus on Media Convergence

This brings me to a key concept, that of digital convergence involving television, film and, of course, new media.

Telefilm has continued to demonstrate efficiency and skill in administering the Multimedia Fund since its creation in 1998. But the multimedia sector calls for further reflection, and the Fund will undergo an in-depth review during the coming year. We want to see the Fund better meet the needs of Canadians and make greater use of existing production and marketing infrastructures. Accordingly, our efforts will be directed to making old and new media converge.

Content

We are living in an era of knowledge and information highways, a combination that will continue to have untold new ramifications. Still, whatever the medium used to reach the public, the primary element will remain the project content and the stories it tells. Content will always be more important than the means of conveyance, and it must be relevant for the Canadian public. Telefilm intends to develop programs that encourage innovation and daring, programs that enable creators to express their world view through the use of the widest possible range of creation and delivery media and technologies.

1999-2000: Remarkable Results

The figures and information contained in this annual report eloquently demonstrate that 1999-2000 was a great year in terms of both products and investments, made directly by Telefilm or through the CTF Equity Investment Program.

I am very pleased to note that in many respects – number and quality of projects, support for small and medium-sized business, support for Aboriginal-language production, regional production, co-productions and international activity – this year has been one of very productive and exemplary, if not record, results.

And while achieving these results, we remained acutely attentive to the efficiency, transparency and accountability requirements set out in our 1997-2000 Business Plan.

Finance and Administration

This year, certain allegations of irregularities and mishandling of funds in the industry gave rise to a number of questions.

The Department of Canadian Heritage responded to this situation in a strongly proactive manner by commissioning a report on the management practices of federal support programs for the Canadian film and television industry. This report, which was made public in February 2000, portrayed Telefilm Canada in a favourable light while at the same time recommending pertinent avenues for change.

The report acknowledged that Telefilm Canada had been working consistently for several years to improve its management framework with respect both to policy, procedures and administrative controls and to human resources. However, it recommended that Telefilm accelerate the corrective measures already under way, notably the implementation of an audit plan, and that the Corporation work with the other organizations in the Canadian Heritage portfolio and external resources to refine its management practices.

Telefilm Canada promptly undertook to implement these recommendations, which are fully in line with its own concerns and previously initiated actions. Since 1998, in fact, the Corporation has been working with an accounting firm to develop a risk management policy and a new audit plan. We accelerated the process of revising our procedures and risk analysis mechanisms, with conclusive results. Telefilm's administrative structure not only withstood the test, it failed to reveal any significant weaknesses. Public funds are being administered correctly and financial resources are expended in the proper places. The few past exceptions should in no way cast doubt on the value of the existing system, the industry or the current approach to funding.

The Corporation now has a comprehensive audit plan that covers all aspects of its financing activities. This plan has been presented to the industry, and we will continue to work with Canadian Heritage, the Department of Finance and other government bodies to ensure the rigorous management of public funds.

Implementation of Performance Measures

In order to better assess its performance in relation to business plan objectives and fulfil government accountability requirements, Telefilm defined seven strategic perspectives in 1998-99 concerning projects, companies, industry, government, organizational processes, financing and human resources. In light of the costs and resources required to institute the measures corresponding to these perspectives, the Corporation has opted for a gradual implementation approach.

Six measures were implemented this year. They deal with the annual rate of increase in financial resources, administrative expenses, resources devoted to communities in official-language minority situations, our contribution to international co-productions, overall co-production volume and the number of Telefilm-funded productions selected at festivals. Other performance measures will be put into place in 2000-01, and the Corporation will publish a report on this initiative.

Performance Tools

Telefilm further developed tools to improve its performance and maintain a critical viewpoint in assessing its activities and systems. We implemented an activity-based costing program that measures the cost/performance ratio of our initiatives. We upgraded the system that continuously monitors commitments and disbursements by fund and by program, on a regional and national basis. And we reviewed, updated and harmonized the reporting forms used in the various offices.

We also continued to document our policies and procedures and now have several reference guides for Telefilm employees and the industry dealing with financial management, production cost accounting, operations report audit, as well as a policy concerning companies in default.

Leading-edge Information Systems

Our information systems have to handle a growing volume of data and must be flexible enough to enable Telefilm to manage other funds, should the need arise. To this end, we have developed a three-year information technology master plan. We have also taken the necessary steps to speed up system operations, particularly during periods of heavy traffic, such as the submission of production funding applications.

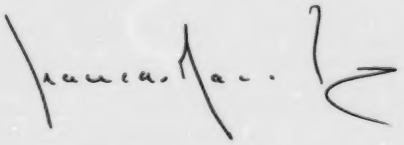
Outstanding Human Resources

Telefilm's human resources constitute its primary strength. They represent an absolutely exceptional wealth of experience, enthusiasm and dedication, which benefits the industry first and foremost, both at home and abroad. That said, we took concrete measures this year to officially acknowledge this fact. The Human Resources Division now reports to the Executive Director and is fully represented on the Corporation's Management Committee, thus enjoying the authority and capacity for action that are commensurate with its mission. This division is mandated to take the necessary steps to ensure that the Telefilm team develops its skills and versatility on an ongoing basis and to improve the quality and efficiency of the Corporation's human resources practices and policies.

Two members of Telefilm's Management Committee moved on this year: Suzan Ayscough, who was Director of Communications and Public Affairs, and Deborah Drisdell, formerly Director of International Relations. Jean Lefebvre, who headed the Festivals Bureau, took well-deserved retirement after a career devoted to the promotion of Canadian cinema.

It was my pleasure to welcome two new colleagues to the Management Committee: Stella Riggi, Director of Human Resources, and Danielle Dansereau, Director of Communications and Public Affairs.

I also want to thank the Chairman of the Board of Directors, Laurier L. Lapierre, O.C., Jeanine C. Beaubien, Vice-Chairperson of the Board, Elvira Sánchez de Malicki, Chairperson of the Audit and Finance Committee as well as the other members of the Board. My thanks go as well to the entire Telefilm Canada team.



François Macerola

Focus on Media Convergence

This brings me to a key concept, that of digital convergence involving television, film and, of course, new media.

Telefilm has continued to demonstrate efficiency and skill in administering the Multimedia Fund since its creation in 1998. But the multimedia sector calls for further reflection, and the Fund will undergo an in-depth review during the coming year. We want to see the Fund better meet the needs of Canadians and make greater use of existing production and marketing infrastructures. Accordingly, our efforts will be directed to making old and new media converge.

Content

We are living in an era of knowledge and information highways, a combination that will continue to have untold new ramifications. Still, whatever the medium used to reach the public, the primary element will remain the project content and the stories it tells. Content will always be more important than the means of conveyance, and it must be relevant for the Canadian public. Telefilm intends to develop programs that encourage innovation and daring, programs that enable creators to express their world view through the use of the widest possible range of creation and delivery media and technologies.

1999-2000: Remarkable Results

The figures and information contained in this annual report eloquently demonstrate that 1999-2000 was a great year in terms of both products and investments, made directly by Telefilm or through the CTF Equity Investment Program.

I am very pleased to note that in many respects – number and quality of projects, support for small and medium-sized business, support for Aboriginal-language production, regional production, co-productions and international activity – this year has been one of very productive and exemplary, if not record, results.

And while achieving these results, we remained acutely attentive to the efficiency, transparency and accountability requirements set out in our 1997-2000 Business Plan.

Finance and Administration

This year, certain allegations of irregularities and mishandling of funds in the industry gave rise to a number of questions.

The Department of Canadian Heritage responded to this situation in a strongly proactive manner by commissioning a report on the management practices of federal support programs for the Canadian film and television industry. This report, which was made public in February 2000, portrayed Telefilm Canada in a favourable light while at the same time recommending pertinent avenues for change.

The report acknowledged that Telefilm Canada had been working consistently for several years to improve its management framework with respect both to policy, procedures and administrative controls and to human resources. However, it recommended that Telefilm accelerate the corrective measures already under way, notably the implementation of an audit plan, and that the Corporation work with the other organizations in the Canadian Heritage portfolio and external resources to refine its management practices.

Telefilm Canada promptly undertook to implement these recommendations, which are fully in line with its own concerns and previously initiated actions. Since 1998, in fact, the Corporation has been working with an accounting firm to develop a risk management policy and a new audit plan. We accelerated the process of revising our procedures and risk analysis mechanisms, with conclusive results. Telefilm's administrative structure not only withstood the test, it failed to reveal any significant weaknesses. Public funds are being administered correctly and financial resources are expended in the proper places. The few past exceptions should in no way cast doubt on the value of the existing system, the industry or the current approach to funding.

The Corporation now has a comprehensive audit plan that covers all aspects of its financing activities. This plan has been presented to the industry, and we will continue to work with Canadian Heritage, the Department of Finance and other government bodies to ensure the rigorous management of public funds.

Implementation of Performance Measures

In order to better assess its performance in relation to business plan objectives and fulfil government accountability requirements, Telefilm defined seven strategic perspectives in 1998-99 concerning projects, companies, industry, government, organizational processes, financing and human resources. In light of the costs and resources required to institute the measures corresponding to these perspectives, the Corporation has opted for a gradual implementation approach.

Six measures were implemented this year. They deal with the annual rate of increase in financial resources, administrative expenses, resources devoted to communities in official-language minority situations, our contribution to international co-productions, overall co-production volume and the number of Telefilm-funded productions selected at festivals. Other performance measures will be put into place in 2000-01, and the Corporation will publish a report on this initiative.

Performance Tools

Telefilm further developed tools to improve its performance and maintain a critical viewpoint in assessing its activities and systems. We implemented an activity-based costing program that measures the cost/performance ratio of our initiatives. We upgraded the system that continuously monitors commitments and disbursements by fund and by program, on a regional and national basis. And we reviewed, updated and harmonized the reporting forms used in the various offices.

We also continued to document our policies and procedures and now have several reference guides for Telefilm employees and the industry dealing with financial management, production cost accounting, operations report audit, as well as a policy concerning companies in default.

Leading-edge Information Systems

Our information systems have to handle a growing volume of data and must be flexible enough to enable Telefilm to manage other funds, should the need arise. To this end, we have developed a three-year information technology master plan. We have also taken the necessary steps to speed up system operations, particularly during periods of heavy traffic, such as the submission of production funding applications.

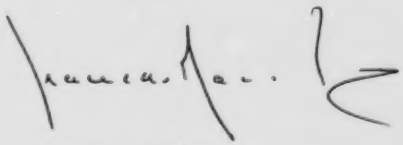
Outstanding Human Resources

Telefilm's human resources constitute its primary strength. They represent an absolutely exceptional wealth of experience, enthusiasm and dedication, which benefits the industry first and foremost, both at home and abroad. That said, we took concrete measures this year to officially acknowledge this fact. The Human Resources Division now reports to the Executive Director and is fully represented on the Corporation's Management Committee, thus enjoying the authority and capacity for action that are commensurate with its mission. This division is mandated to take the necessary steps to ensure that the Telefilm team develops its skills and versatility on an ongoing basis and to improve the quality and efficiency of the Corporation's human resources practices and policies.

Two members of Telefilm's Management Committee moved on this year: Suzan Ayscough, who was Director of Communications and Public Affairs, and Deborah Drisdell, formerly Director of International Relations. Jean Lefebvre, who headed the Festivals Bureau, took well-deserved retirement after a career devoted to the promotion of Canadian cinema.

It was my pleasure to welcome two new colleagues to the Management Committee: Stella Riggi, Director of Human Resources, and Danielle Dansereau, Director of Communications and Public Affairs.

I also want to thank the Chairman of the Board of Directors, Laurier L. Lapierre, O.C., Jeanine C. Beaubien, Vice-Chairperson of the Board, Elvira Sánchez de Malicki, Chairperson of the Audit and Finance Committee as well as the other members of the Board. My thanks go as well to the entire Telefilm Canada team.



François Macerola

ATLANTIC REGION

FORTIER
d. François Gingras, Érik Canuel
Aetios Productions
Each week, more than 1,850,000 television viewers follow the adventures of psychologist Anne Fortier, member of an elite police squad which investigates unusual crimes. On occasion, the show has even managed to attract a weekly audience of more than 2 million.

In 1984-85, its first year of operations, Telefilm's office in Halifax allocated $215,000 to projects with budgets totalling $435,000. Since then, the Atlantic industry has grown considerably. In 1999-2000, the Corporation provided $8.5 million for projects in that region, with total budgets of $36 million. All genres were prominent in productions emanating from the four Atlantic provinces: in dramas, with *Made in Canada II*, a caustic series on the wonderfully wicked world of film and television: in children's programs, with *Eckhart*, an animated series that

ECKHART
d. James Miko, John Collins
Cellar Door Productions/ Catalyst Entertainment
Set in Prince Edward Island, this delightful animated series, co-produced with Hong Kong, has been sold to several countries and territories, including Africa, France, Germany, Italy, Poland, Portugal, Spain and the Middle East. The program will be broadcast on Teletoon in the fall.

illustrates the many enchantments of Prince Edward Island through the eyes of a field mouse, and the French-language series *Lunatiques*, which takes its juvenile audience into a wacky futuristic universe; in documentaries such as *Porta White, Think on Me*, a portrait of the black classical songstress from Nova Scotia who conquered the world in the 1940s; in Aboriginal productions, with the deeply moving *Hebron Relocation*, a glimpse of life in a native community of the 1950s; and in multimedia, with *Earthmission Climate Change Strategy Game*, a computer simulation that allows teens to influence the factors that affect climate change and control Earth's destiny. Feature film activity in the region continues to blossom, with works by emerging talent such as Rosemary House (*Violet*) and Andrea Dorfman (*Parsley Days*). The Atlantic office also invested in future success with the creation of the Emerging Filmmakers Program, which provides funding for the production and completion of early professional works.

QUEBEC

Banking on excellence and innovation, the Quebec industry chalked up impressive hits in 1999-2000. Popular new drama series such as *Fortier* and *Gypsies*

drew loyal followings, the quality of returning series such as *Diva* and *Caserne 24* remained high, and new dramatic concepts like *2 Frères* and *La Vie, la Vie* made their appearance. Children's productions continued to delight young French-speaking audiences, with Telefilm's vital contribution helping to bring back programs like *Cornemuse* and *Le Retour des débrouillards* for another season. Documentaries experienced a boom with projects reflecting Quebec's culture and cultural diversity. These range from *auteur* documentaries (including *Barbeau libre comme l'art*) and documentary series (such as *Une Révolution tranquille*) to scientific works like *Anima* and *Oppression*. The office participated in a number of Quebec productions in English, such as *Heart: The Marilyn Bell Story* and *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story*. In film, the office maintained its support of seasoned directors (Charles Binamé and Pierre Falardeau), helped discover new talent like Michel Jetté (*Hochelaga*) and Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), and backed co-productions like *En vacances* and *The Favourite Game*. Finally, Quebec creators continued to shine in the multimedia arena with games and edutainment products, as seen in works like *Cosmic Cinema* and *Le Monde selon Hemingway* and the marketing of the CD-ROM series starring Mia Mouse. As for French-language production outside of Quebec, Telefilm supported a record number of projects across the country.

ONTARIO

In 1999-2000, the Ontario office invested in a wide variety of feature films. World-renowned theatre and film director Robert Lepage made his first English-language feature, *Possible Worlds*, based on John Mighton's stageplay; Clement Virgo directed his long-awaited second feature, *Love Come Down*, starring music sensation Deborah Cox; John Greyson completed his fourth feature *The Law of Enclosures* with Sarah Polley; and Colleen Murphy followed the international success of her first feature *Shoemaker* with *Desire*, a co-production with Germany. As for the previous year's investments, *The Five Senses*, *New Waterford Girl* and *eXistenZ* went on to make splashes at festivals around the world. Ontario's television industry remained at the forefront with dramas such as *Drop the Beat*, with its spotlight on emerging hip-hop stars plus an innovative and ground-breaking website, and part three of the *Anne of Green Gables* saga with the talented Megan Follows. Documentaries are always a key focus, and a number of projects including *Crimes of Honour* and *The Holier It Gets* received critical acclaim and took home awards. Among the many children's projects was the UK co-production of the classic *Watership Down*. On the multimedia front, the many projects financed include outstanding on-line sites for children. Telefilm financed two new offerings for the highly successful *Nikolai's Adventures* CD-ROM series as well as its global marketing campaign. *Monster By Mistake* is an interactive website based on the popular animated TV series of the same name. The office provided financing for the site and a marketing plan featuring interactive launch parties, a cross-media advertising campaign and merchandise partnerships for the site's e-commerce facility.

WESTERN REGION

This was a year of acclaim for the Western production industry. The controversial TV movie *Milgaard* and the drama series *Da Vinci's Inquest* took home Geminis, while other programs made in the West continued to score high audience ratings. Feature-length *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, for example, drew 1,087,000 viewers, while *Champions of the Wild III*, an ongoing series, recorded sales in 16 countries and territories. Western Aboriginal production made its mark with the enduring success of *Stories from the Seventh Fire*. This animated children's project racked up numerous awards and was selected and screened at such diverse events as the American Indian Film Festival in San Francisco and the Sami Film Festival in Finland. Support for emerging filmmakers continued to be a top priority, with contributions going to the debut features of four directors and development initiatives like the National Screen Institute's (NSI) Features First program. Reconfirming the pertinence of investments in first outings was Scott Smith's *Rollercoaster*, a hit on the film festival circuit. The Western office invested in two new titles for the popular *Buddy Brush* CD-ROM series, which, since its launch at the E^3 market, has been licensed to seven international partners and signed for distribution by mass and specialty retailers in Canada and the United States. And as always, the Asia-Pacific Initiative Program continued to open doors to new alliances and opportunities for the entire Canadian industry.

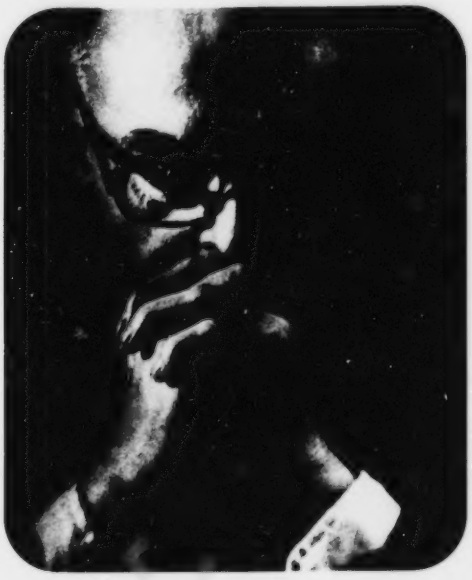
CHAMPIONS OF THE WILD IV
d. Various
Omni Film Productions Ltd.
This popular program looks at the special bond that exists between animal activists and the animals they champion. Series one, two and three have been sold to numerous countries and territories around the world, including the U.S., the U.K., Europe, Latin America, South Africa and Asia. Series four will be broadcast on the Discovery Channel, and production of the fifth and final season begins in September 2000.

POSSIBLE WORLDS
d. Robert Lepage
The East Side Film Co./
In Extremis Images
Celebrated director Robert Lepage's first English-language film is a unique and fascinating blend of science, philosophy and tabloid sensationalism. The feature will receive its world premiere at the 2000 Venice Film festival and its North American premiere at the Toronto Film Festival.

Canadian Portraits

This year's production features a striking array of portraits of famous Canadians. From Northop Frye, one of Canada's greatest minds, to Sylvie Fréchette, 1994 Olympic gold medalist, and Louise Arbour, chief prosecutor of the International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia and Rwanda, the list of those portrayed by Canadian directors includes comedians Leslie Nielsen and Mary Walsh, politician Jean Drapeau, crusader Henry Morgentaler, philosopher Marshall McLuhan, Winnipeg author and feminist Nellie McClung, painter Marcel Barbeau, famed hockey players Manon Rhéaume and the Esposito brothers and finance mogul Ted Rogers. Also profiled are Dr. Lucille Teasdale, who worked for more than 30 years in Uganda, champion swimmer Marilyn Bell and Canadian actor and writer William Shatner, *Star Trek*'s unforgettable Captain Kirk.

LOVE COME DOWN
d. Clement Virgo
Conquering Lion Pictures/
The Film Works
Award-winning director Clement Virgo's latest feature is a gripping tale of two brothers, one white, one black, who have served as one another's keeper since their family was tragically torn apart a decade earlier.



EN QUÊTE DE JEAN DRAPEAU
d. Daniel Creusot
Productions Sovimage inc.
This three-hour documentary looks at the man who transformed Montréal into a truly international city. Broadcast on Radio-Canada shortly after the celebrated mayor's death, *En quête de Jean Drapeau* was unanimously praised by the critics for its importance and relevance.

Land of Diversity

Canada is a multicultural nation in which the voices of many communities are heard. In *The Saint Soldier* we meet Vancouver's Sikh community, the largest such group outside of India. *A Scattering of Seeds: The Creation of Canada III* salutes the unknown immigrants who chose Canada as a land of new opportunity for their families. In the feature film *Love Come Down*, director Clement Virgo turns again to the black community with the story of two brothers, one white, the other black. At times the face of multiculturalism is that of people seeking their roots, seen in moving reunions with landscapes, families and culture filmed by Canadian crews. Or it may be a fresh perception, such as the look at young Canadians that Jon Einarsson Gustafsson, who came here from Iceland in 1997, delivers in his feature film *Kanadiana*.

History Rich in Events and Characters

History, be it Canadian or other, is a source of fascination for creators and audiences alike. It is dealt with in *Flightpath*, chronicling important moments in Canadian aviation; *Island of Shadows*, on the tragic destiny of Chinese lepers on Île d'Arcy (1891-1924); *Camp X*, North America's first training camp for spies, in the Maritimes; *Anticosti au temps des Menier*, a page from the history of a mythical island; and *Out of the Fire*, in which a Jewish photographer who escaped the death camps and has lived in Canada for 50 years finally tells her story. History is also at the heart of Pierre Falardeau's feature film *15 février 1839* and of *Un pacte, un pays*, a CD-ROM production. Occasionally it recounts daily battle, such as that of JoAnn Mayew, whose struggle for human rights cost her seven years in prison.

Saluting La Francophonie
1999 was the Year of La Francophonie, a fascinating subject that inspired Canadian filmmakers to produce a variety of works on the evolution of French-speaking peoples throughout North America – in Acadia, Manitoba, Ontario, Louisiana, the Northwest Territories and the Yukon – and on the challenges that market globalization presents for Francophones on this continent.

Aboriginal Peoples in the Spotlight
With support from APTN, the national Aboriginal television network, and the Canadian Television Fund, Aboriginal creators are increasingly expressing their culture in English, French and their native languages. The Inuit are featured in Kikkit, reconstructing the events that led to the end of their nomadic way of life, and in Inuit Piqusingit, which demonstrates their past and present means of survival. I'tusto: To Rise Again focuses on the Namgis Band in British Columbia, illustrating the role of community centres in the Aboriginal way of life, while The Fairy Faith reveals the exuberant spiritual world of the Cape Breton Mi'kmaq. In other works we discover legends of the circumpolar peoples, the struggle of a woman fighting for Aboriginal pride after her son's suicide, an investigation of Canada's 50 Aboriginal languages, some of which are on the brink of extinction, and communities such as the Sto:lo people, whose ancestral lands in British Columbia have been sectioned by a highway.

Topical Themes
This year's bill of fare also includes topical subjects such as ecology, the brain drain, parent-children relationships, gambling addiction, life in the city, education, the criminal mentality, police forces, the war on drugs, the role of the media, our fascination with new technology, the future of the human race and exciting works like *Cod: A Biography of a Fish that Changed the World*, which recounts a millennium of human life, and *Insectia – Le jeu*, a CD-ROM dealing with the environment. Feature filmmakers, for their part, turned the camera on the human condition with sometimes caustic, sometimes hilarious results.

Windows on the World
Canadian creators are open to the world, this year bringing a Canadian perspective to bear on the children of Romania, Pinochet's Chile, Cuban boxing champions, women in the African workplace, Tamil immigration, the Mayas of Mexico, animal rights activists around the world and universal characters, not least of which Santa Claus. Under the theme "Tomorrow's peace begins with today's friendships," *La Danse des enfants* moves to the rhythm of fifteen dance troupes from a dozen countries gathered in Beauport, near Quebec City, to celebrate the new millennium. Elsewhere, the search for solutions to global problems led directors to compare Canada's worldview to that of experts from Brazil, India, the United States, Hong Kong and Russia.

For further information on the most recent Canadian productions, see Telefilm Canada's television, feature film and multimedia catalogues.

KIKKIT
d. Ole Gjerstad
Words & Pictures Video
In 1958, as famine strikes the Inuit of Canada's Central Arctic, Kikkik is charged with murder and criminal negligence. This docudrama recreates her trial and follows her surviving children, now in their fifties, as they recall the events that effectively ended the Inuits' nomadic life.

DOCUMENTARY IMMERSION WORKSHOP – PARIS, NOVEMBER 1999
Twenty-eight Canadian producers met more than 50 French industry players, among them the leading documentary directors, producers, television broadcasters and distributors

CANADA–FRANCE MIXED COMMISSION IN MONTRÉAL, JANUARY 2000
Deborah Drisdell, former Director of International Relations, Telefilm Canada, Jean-Pierre Hoss, Centre national de la cinématographie (CNC), François Macerola, Executive Director, Telefilm Canada, and Michel Romand-Monnier (CNC)

RECEPTION MARKING THE 50TH ANNIVERSARY OF THE BERLIN FILM FESTIVAL, FEBRUARY 14, 2000
Alexander Thies, Executive Director of Neue Produktion GmbH, and Gabriela Pfaendner, Executive Director of Neue FilmproduktionTV GmbH, producers of the Canada–Germany co-production *Bonhoeffer*, a feature which received its world premiere that evening. Also pictured are Pat Ferns, President and CEO of the Banff Television Festival, and François Macerola

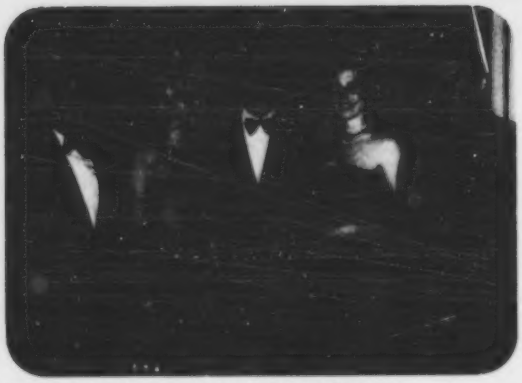
WORLD PREMIERE OF THE TELEVISION MOVIE *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story* **AT THE NATIONAL ARTS CENTRE, OTTAWA, MARCH 15, 2000**

Marina Orsini, actress, Dr. Piero Corti, Lucille Teasdale's husband, and Dominique Corti, their daughter

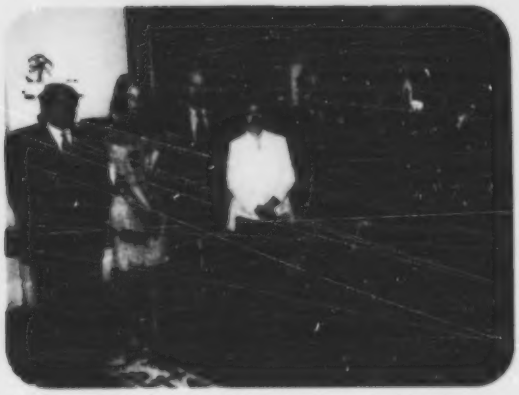
Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of Telefilm Canada, and the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage

His Excellency André Jacquet, South African High Commissioner in Canada, Madame Aline Chrétien and Laurier L. LaPierre, O.C.

BANFF TELEVISION FESTIVAL, JUNE 2000
Greg Coyes, Aboriginal Jury President, congratulates Doug Cuthand, winner of the Telefilm Canada/APTN award for best Aboriginal production in English or French for his film *Circle of Voices*.



Stardom, **CLOSING FILM AT THE CANNES FILM FESTIVAL, MAY 21, 2000**
François Macerola, Denise Robert, producer, Cinémaginaire, Denys Arcand, the film's director, Jessica Paré, actress, and Laurier L. LaPierre, O.C.



SCREENING OF *Stardom* AT RIDEAU HALL, OTTAWA, JUNE 9, 2000
François Macerola, Jessica Paré, actress, their Excellencies John Ralston Saul and Adrienne Clarkson, Governor-General of Canada, Denys Arcand, the film's director, the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage and Laurier L. LaPierre, O.C.

TELEFILM CANADA'S UMBRELLA STAND AT MIPCOM
During the year, some 70 companies participated in a Telefilm Canada stand at international markets, including MIPCOM at Cannes.

THE ACADEMY OF CANADIAN FILM AND TELEVISION'S ANNUAL GOLF TOURNAMENT, HEADED BY HONORARY CO-CHAIRMEN FRANÇOIS MACEROLA AND DANIEL LAMARRE, JUNE 22, 2000
THE TOURNAMENT WAS HELD TO BENEFIT THE ACADEMY AND STUDENTS OF THE INIS
From left to right: François Macerola, Michel Trudel, President – Locations Michel Trudel inc., Mel Hoppenheim, President – Mel's Cité du Cinéma, André Bureau, Chairman – Astral Communications, Louis-Georges Girard, actor, Pierre Roy, CEO – Les Chaînes Télé Astral, Louise Spickler, Executive Director of the INIS (Institut national de l'image et du son)

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

COMMITMENTS: $160.7 MILLION

Support for activities in the Canadian film, television and multimedia sector

Telefilm Canada's commitments are contracts signed between the Corporation and Canadian private-sector companies for production, development, distribution, marketing, versioning, promotion, industrial development and professional training activities, including related administrative expenses.

In 1999-2000, these commitments amounted to $160.7 million, which compares to $172.4 million the previous year.

The decline is related in large part to the fact that the Licence Fee Program of the Canadian Television Fund administered its portion ($7.5 million) of the CTF feature film envelope this year. Previously, this amount was administered by Telefilm. Commitments through the Feature Film Fund were also down (by $4 million), a circumstantial result due to industry production cycles.

It should be noted that, depending on production schedules, the disbursements related to Telefilm commitments may be spread over more than one fiscal year. Thus, $31 million of the $160.7 million committed in 1999-2000 will be paid out during the next fiscal year.

Administrative Expenses

Administrative expenses amounted to $15.1 million, representing 9.3% of the year's commitments. The Corporation views this percentage as a healthy performance, particularly as Telefilm administers five offices providing a wide range of customized services to its clients, manages fifteen different funds and programs tailored to industry needs in all regions and operates with a national and international mandate. Telefilm's activities and services constitute true added value for the Canadian industry, as attested by the industry's continued growth. It bears noting that administrative expenses are lower than in the early 1990s, when they stood at close to 12%.

As indicated with the twin asterisks on the 1999-2000 *Commitments* table, which appears on the next page, the relocation of Telefilm Canada's headquarters in November 1999 occasioned a one-time expense of $1,958,000. In order to move to premises offering long-term savings, Telefilm was forced to sublet its previous offices at a reduced price. It should be noted that this move will save more than $700,000 annually for the duration of the current lease. These savings will be reflected in the administrative expenses of future fiscal years.

A Unique Model

Telefilm's model is unique in Canada and includes a national and international mandate. The administrative expenses for the activities and services provided by the Corporation to the industry in fiscal 1999-2000 amounted to $15.1 million. During the same period, the Corporation's receipts deriving from its investments were far superior, totalling in excess of $24 million. This amount was entirely reinvested in the industry. The receipts thus largely surpass Telefilm's administrative expenses and translate into increased productivity in the audiovisual sector.

TELEFILM CANADA'S COMMITMENT CAPACITY

Federal Government Contribution

Telefilm Canada's commitment capacity derives in large part from the federal government, as follows:

- A parliamentary appropriation of $78.7 million
- Contributions from the Department of Canadian Heritage totalling $58 million, including $49.8 million for the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund, $5.8 million for the Multimedia Fund and $2.4 million for national training schools

Receipts from Financial Participation

Recouped amounts deriving from Telefilm's financial participation exceeded $24 million in 1999-2000. The Corporation's receipts contribute to the diversity of Telefilm support and the vitality of the Canadian industry. They are reinvested in the industry, permitting Telefilm to provide additional assistance for production and related activities. Every dollar of Telefilm's production investments translates into four dollars of production activity. Consequently, the receipts reinvested in production this year – $17 million of the total $24 million – represent in excess of $60 million in additional production volume.

N.B.

The tables appearing herein refer to commitments made by Telefilm Canada in fiscal 1999-2000, i.e. to contracts signed by the Corporation.

Figures are rounded to facilitate consultation; however, the totals correspond to the full amounts.

COMMITMENTS: $160.7 MILLION

Support for activities in the Canadian film, television and multimedia sector

Telefilm Canada's commitments are contracts signed between the Corporation and Canadian private-sector companies for production, development, distribution, marketing, versioning, promotion, industrial development and professional training activities, including related administrative expenses.

In 1999-2000, these commitments amounted to $160.7 million, which compares to $172.4 million the previous year.

The decline is related in large part to the fact that the Licence Fee Program of the Canadian Television Fund administered its portion ($7.5 million) of the CTF feature film envelope this year. Previously, this amount was administered by Telefilm. Commitments through the Feature Film Fund were also down (by $4 million), a circumstantial result due to industry production cycles.

It should be noted that, depending on production schedules, the disbursements related to Telefilm commitments may be spread over more than one fiscal year. Thus, $31 million of the $160.7 million committed in 1999-2000 will be paid out during the next fiscal year.

Administrative Expenses

Administrative expenses amounted to $15.1 million, representing 9.3% of the year's commitments. The Corporation views this percentage as a healthy performance, particularly as Telefilm administers five offices providing a wide range of customized services to its clients, manages fifteen different funds and programs tailored to industry needs in all regions and operates with a national and international mandate. Telefilm's activities and services constitute true added value for the Canadian industry, as attested by the industry's continued growth. It bears noting that administrative expenses are lower than in the early 1990s, when they stood at close to 12%.

As indicated with the twin asterisks on the 1999-2000 Commitments table, which appears on the next page, the relocation of Telefilm Canada's headquarters in November 1999 occasioned a one-time expense of $1,958,000. In order to move to premises offering long-term savings, Telefilm was forced to sublet its previous offices at a reduced price. It should be noted that this move will save more than $700,000 annually for the duration of the current lease. These savings will be reflected in the administrative expenses of future fiscal years.

A Unique Model

Telefilm's model is unique in Canada and includes a national and international mandate. The administrative expenses for the activities and services provided by the Corporation to the industry in fiscal 1999-2000 amounted to $15.1 million. During the same period, the Corporation's receipts deriving from its investments were far superior, totalling in excess of $24 million. This amount was entirely reinvested in the industry. The receipts thus largely surpass Telefilm's administrative expenses and translate into increased productivity in the audiovisual sector.

TELEFILM CANADA'S COMMITMENT CAPACITY

Federal Government Contribution

Telefilm Canada's commitment capacity derives in large part from the federal government, as follows:

- A parliamentary appropriation of $78.7 million
- Contributions from the Department of Canadian Heritage totalling $58 million, including $49.8 million for the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund, $5.8 million for the Multimedia Fund and $2.4 million for national training schools

Receipts from Financial Participation

Recouped amounts deriving from Telefilm's financial participation exceeded $24 million in 1999-2000. The Corporation's receipts contribute to the diversity of Telefilm support and the vitality of the Canadian industry. They are reinvested in the industry, permitting Telefilm to provide additional assistance for production and related activities. Every dollar of Telefilm's production investments translates into four dollars of production activity. Consequently, the receipts reinvested in production this year – $17 million of the total $24 million – represent in excess of $60 million in additional production volume.

N.B.

The tables appearing herein refer to commitments made by Telefilm Canada in fiscal 1999-2000, i.e. to contracts signed by the Corporation.

Figures are rounded to facilitate consultation; however, the totals correspond to the full amounts.

1999-2000 COMMITMENTS

	Commitments for New Projects	Amendments to Commitments from Previous Years*	Total
	In millions of dollars	In millions of dollars	In millions of dollars
CTF – EQUITY INVESTMENT PROGRAM			
Production	92.5	-0.2	92.3
Development	3.8	0.4	4.2
Total	**96.3**	**0.2**	**96.5**
FEATURE FILM FUND			
Production	14.1	0.4	14.5
Development	1.6	0.6	2.2
Total	**15.7**	**1.0**	**16.7**
PRODUCTION REVENUE SHARING PROGRAM	**1.5**	**0.5**	**2.0**
COMMERCIAL PRODUCTION FUND	**0.0**	**-0.2**	**-0.2**
MULTIMEDIA FUND	**5.9**	**0.0**	**5.9**
OFFICIAL CO-PRODUCTIONS (MINI-TREATIES)	**1.3**	**0.0**	**1.3**
VERSIONING ASSISTANCE FUND	**2.1**	**0.0**	**2.1**
FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND	**10.2**	**0.7**	**10.9**
OTHER FINANCING ASSISTANCE			
Regular Fund – Production and development	0.4	0.0	0.4
National marketing	0.8	0.0	0.8
International marketing	0.5	0.0	0.5
Participation in markets	0.8	0.0	0.8
Participation in foreign festivals	0.5	0.0	0.5
Grants to Canadian festivals	1.4	0.5	1.9
Industrial and professional development	1.9	0.2	2.1
Professional development – Training schools	1.9	0.9	2.8
Other forms of assistance	0.6	0.0	0.6
Total	**8.8**	**1.6**	**10.4**
ADMINISTRATIVE EXPENSES**	**0.0**	**0.0**	**15.1**
TOTAL	**141.8**	**3.8**	**160.7**

* Includes increases and decreases in commitments from previous years.

** Excludes expenses related to the Canadian Television Fund's Board of Directors and the loss on the operating lease.

Note: Results of additions do not always correspond to totals due to rounding.

HIGHLIGHTS

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

TELEFILM CANADA: AN ACTIVE FORCE IN CANADIAN CULTURAL POLICY

Telefilm works in conjunction with all facets of the audiovisual community to ensure that the industry evolves in an environment favourable to the creation of diverse, culturally significant products.

In Canada, providing creative talents with the opportunity to express themselves and reach the public depends on a complex, dynamic system comprising an industry that produces Canadian content, a huge broadcasting system, and regulatory and financing agencies that demonstrate a political will to support Canadian content.

As a Crown corporation and partner to the industry, Telefilm Canada played an active role in developing public financing policy in 1999-2000, in particular with a view to a future national policy for feature films.

MADE IN CANADA II
d. Various
Salter Street Films Ltd.
Winner of the 2000 Gemini Award for Best Comedy Series, this biting satire offers an unforgiving look at the dog-eat-dog film and television industry while poking fun at the chaotic world of office politics.

Television, Feature Films and Multimedia

In 1999, Telefilm Canada took part in the Canadian Television Fund consultations and participated in defining the Fund's 2000-01 guidelines. As the previous years had been fruitful in many respects, continuity was desirable, notably with respect to Canadian content requirements. However, in response to the industry's wishes, the CTF aimed for increased transparency, took broadcaster priorities into greater account and relaxed requirements for certain types of production such as documentaries, Aboriginal-language works, and co-productions; it further established incentives for SMBs, regional production and production in linguistic minority situations.

Although the creation of a new feature film fund was put on hold this year, Telefilm has continued to work on this priority dossier in collaboration with the industry and the Department of Canadian Heritage. A Telefilm Canada task force was mandated to develop a new financing model for feature films that would be more market-oriented and encourage boldness and performance. At the same time, the Corporation made optimal use of its available resources, resulting in high-quality projects and enhanced support for emerging talents, SMBs and the international activities of Canadian companies.

In Touch with the Industry

Telefilm pays close heed to the audiovisual community. The Corporation's offices are in daily contact with the industry, and its five-year business plan, like its regional business plans, is grounded in their knowledge of the industry's financial, strategic and promotional needs. As well, Telefilm works in co-operation with industry associations such as the Canadian Film and Television Production Association, the Association des producteurs de films et de télévision du Québec, the Canadian Association of Film Distributors and Exporters and IMPAC, the new national multimedia association.

The Multimedia Fund, created in 1998, is crucial for an industry poised on the leading edge of new technology. In fiscal 1999-2000, the Department commissioned a study on the Fund's impact and performance, while Telefilm continued to work with the Fund's advisory committee and formed its own internal working group to gain a better understanding of multimedia market trends. The Corporation will take part in the statutory assessment of the Fund scheduled for 2000-2001. The Multimedia Fund can be expected to evolve over the course of the coming year, particularly as regards the financing instruments it offers the industry and the relative importance of the support it allocates to development, production and marketing.

Interventions at CRTC Hearings

Telefilm intervenes regularly at hearings held by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). In June 1999, the Corporation welcomed the CRTC's new broadcasting policy as a firm commitment to Canadian content, the CRTC having decided, among other things, to include regionally produced programs in the priority

FOR A NEW FEATURE FILM POLICY

Encouraging Market Focus and Daring

Telefilm and the Department of Canadian Heritage have developed the basis for a new feature film policy. Five goals have been identified:

- that Canadian cinema reach a broader audience, first domestically, then internationally
- that Canadian production be of the highest quality, culturally significant for Canadians and appealing to moviegoers around the world
- that production be increased to enable Canadian filmmakers to develop continuity in their work and to ensure a critical mass of Canadian films on Canadian screens
- that policies and programs encourage performance in the form of cultural and commercial success
- that new talent receive effective support and successfully position itself in a knowledge-based environment

TELEFILM CANADA: AN ACTIVE FORCE IN CANADIAN CULTURAL POLICY

Telefilm works in conjunction with all facets of the audiovisual community to ensure that the industry evolves in an environment favourable to the creation of diverse, culturally significant products.

In Canada, providing creative talents with the opportunity to express themselves and reach the public depends on a complex, dynamic system comprising an industry that produces Canadian content, a huge broadcasting system, and regulatory and financing agencies that demonstrate a political will to support Canadian content.

As a Crown corporation and partner to the industry, Telefilm Canada played an active role in developing public financing policy in 1999-2000, in particular with a view to a future national policy for feature films.

MADE IN CANADA II
© Various
Salter Street Films Ltd.
Winner of the 2000 Gemini Award for Best Comedy Series, this biting satire offers an unforgiving look at the dog-eat-dog film and television industry while poking fun at the chaotic world of office politics.

Television, Feature Films and Multimedia

In 1999, Telefilm Canada took part in the Canadian Television Fund consultations and participated in defining the Fund's 2000-01 guidelines. As the previous years had been fruitful in many respects, continuity was desirable, notably with respect to Canadian content requirements. However, in response to the industry's wishes, the CTF aimed for increased transparency, took broadcaster priorities into greater account and relaxed requirements for certain types of production such as documentaries, Aboriginal-language works, and co-productions; it further established incentives for SMBs, regional production and production in linguistic minority situations.

Although the creation of a new feature film fund was put on hold this year, Telefilm has continued to work on this priority dossier in collaboration with the industry and the Department of Canadian Heritage. A Telefilm Canada task force was mandated to develop a new financing model for feature films that would be more market-oriented and encourage boldness and performance. At the same time, the Corporation made optimal use of its available resources, resulting in high-quality projects and enhanced support for emerging talents, SMBs and the international activities of Canadian companies.

In Touch with the Industry

Telefilm pays close heed to the audiovisual community. The Corporation's offices are in daily contact with the industry, and its five-year business plan, like its regional business plans, is grounded in their knowledge of the industry's financial, strategic and promotional needs. As well, Telefilm works in co-operation with industry associations such as the Canadian Film and Television Production Association, the Association des producteurs de films et de télévision du Québec, the Canadian Association of Film Distributors and Exporters and IMPAC, the new national multimedia association.

The Multimedia Fund, created in 1998, is crucial for an industry poised on the leading edge of new technology. In fiscal 1999-2000, the Department commissioned a study on the Fund's impact and performance, while Telefilm continued to work with the Fund's advisory committee and formed its own internal working group to gain a better understanding of multimedia market trends. The Corporation will take part in the statutory assessment of the Fund scheduled for 2000-2001. The Multimedia Fund can be expected to evolve over the course of the coming year, particularly as regards the financing instruments it offers the industry and the relative importance of the support it allocates to development, production and marketing.

Interventions at CRTC Hearings

Telefilm intervenes regularly at hearings held by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). In June 1999, the Corporation welcomed the CRTC's new broadcasting policy as a firm commitment to Canadian content, the CRTC having decided, among other things, to include regionally produced programs in the priority

For a New Feature Film Policy

Encouraging Market Focus and Daring

Telefilm and the Department of Canadian Heritage have developed the basis for a new feature film policy. Five goals have been identified:

- that Canadian cinema reach a broader audience, first domestically, then internationally
- that Canadian production be of the highest quality, culturally significant for Canadians and appealing to moviegoers around the world
- that production be increased to enable Canadian filmmakers to develop continuity in their work and to ensure a critical mass of Canadian films on Canadian screens
- that policies and programs encourage performance in the form of cultural and commercial success
- that new talent receive effective support and successfully position itself in a knowledge-based environment

program category and to encourage an increase in Canadian drama in peak programming hours. Telefilm had recommended that the CRTC maintain its broadcaster requirements, notably with respect to primetime viewing and drama, documentary and feature film programming.

In its submissions to the CRTC in 1999-2000, Telefilm focused on the need to encourage broadcaster support for regional production, Canadian cinema, cultural diversity, communities in linguistic minority situations and Aboriginal communities. The Corporation's interventions also emphasized the question of product availability in all regions and the growth of Canadian content in new technologies, including the Internet.

The International Scene: Expertise to Share

As a government agency of a nation that has taken a firm stand in favour of cultural diversity and signed co-production agreements with 55 countries, Telefilm Canada enjoys considerable international prestige. Canadian and foreign organizations and professionals frequently call upon its unique international expertise, and the Corporation plays an important role in regard to the international strategies of Canadian SMBs. The Corporation further acts as a development agent in audiovisual relations with Europe, Asia and the Spanish-speaking countries.

The export of Canadian cultural products is a federal government priority, and Telefilm works to this end with other federal and provincial agencies and with departments such as Industry Canada and Foreign Affairs and International Trade.

PRODUCTION AND DEVELOPMENT

An Outstanding Year

Canada's 1999-2000 production offers a fascinating, kaleidoscopic vision – sometimes sombre, sometimes bright – of modern urban life, characters in whom we recognize ourselves, excursions into a multi-faceted past, bold voyages into the heart of science and the future, and all the signs of humankind in ceaseless pursuit of happiness, recognition, achievement and justice.

To journey into Canadian television programs, feature films and multimedia products is to explore familiar and unknown lands, to go to the heart of human adventure as seen, expressed and interpreted by talented Canadians, be they from Moncton, Halifax, Saint John's, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Calgary, Vancouver or Nunavut.

These are the highlights of an outstanding year of bountiful creativity.

A New Record – 644 Television, Feature Film and Multimedia Projects

Fiscal 1999-2000 constitutes a record year in terms of television, cinematic and multimedia creation: 644 production and development projects were undertaken, compared to 503 in 1996-97, 506 in 1997-98 and 588 in 1998-99.

The entire industry – television, film and multimedia – was remarkably dynamic, proposing high-quality projects with varied Canadian content and broad audience appeal.

Telefilm Provides 24% of Budgets

The number of projects increased in both production and development. Telefilm supported 290 production projects and 354 development projects, with budgets totalling $504 million. The Corporation's $121-million contribution accounted for 24% of these costs.

The year's production generated close to 16,000 direct and indirect jobs across the country. Some 475 companies, most of them SMBs, enjoyed Telefilm's financial support.

Linguistic and Regional Breakdown: Positive Results

Telefilm provided equitable support for production in both official languages, as shown in the following table. The Corporation gives particular consideration to production in linguistic minority situations. This year it assisted 58 such projects with a contribution in excess of $11 million, representing 9% of its production and development resources.

The mandate of the CTF also enables the Corporation to play an important role in respect to Aboriginal-language production. The works made this year give voice to fifteen different Aboriginal

MACK SENNETT, ROI DU COMIQUE
d. Jean Chabot and Pierre Pageau
Max Films Télévision inc.
Co-produced with France
This documentary examines the life of Quebec-born Mack Sennett, the early-20th-century pioneer of silent screen comedy who helped shape the American film industry. The program premiered at the Rendez-vous du cinéma québécois and was also screened at the Festival International du Film sur l'Art (FIFA) in Montréal

DROP THE BEAT
d. Various
Alliance Atlantis Communications Inc. / Back Alley Films
A showcase for hip-hop music and culture, this drama tells the story of Dennis and Jeff, a couple of twentysomethings faced with the challenge of producing their first campus radio show.

THE LIFE AND TIMES OF DR. HENRY MORGENTALER
d. Audrey Mehler
David Paperny Films Inc.
One of Canada's most controversial figures, Dr. Henry Morgentaler embarked on an ultimately successful crusade to change Canada's abortion laws. The program won the award for Best Biography at the 2000 Hot Docs Festival in Toronto.

languages, including Innu, Inuktitut, Dene, Ojibway, Cree, Oji-Cree, Kaska and Kwakuitl.

The portion of Telefilm resources devoted to regional projects – those from cities other than Montréal or Toronto – has grown steadily over the past four years, reaching 34% in 1999-2000. Of note is an increase in activity in British Columbia, Manitoba, the North and Prince Edward Island.

Development and Production

Linguistic Breakdown	
Pro jects in English	65.6%
Projects in French	32.7%
Projects in Aboriginal languages	1.7%

Regional Breakdown	
Quebec	36.8%
Ontario	31.3%
Western region	24.5%
Atlantic region	7.4%

Telefilm participation in projects from British Columbia reached a record high, totalling $20.2 million, or 17.3% of all production and development resources. Audiovisual activity was also prolific in Manitoba, where the Corporation's contribution nearly tripled due to drama series such as *The Adventures of Shirley Holmes* and several major documentary projects, including the *Francophonies d'Amérique* series.

Multimedia Fund ($4.3 million*)
Created in 1998, this fund provides support for the development, production and marketing of educational, edutational and entertainment multimedia products designed for the general public (* this amount excludes marketing projects).

HEBRON RELOCATION
d. Fran Williams
Okalakatiget Society
This documentary about the Inuit of northern Labrador is the first Aboriginal production from Atlantic Canada. It will be aired on the Aboriginal Peoples Television Network in the fall.

Added Development Assistance for SMBs

In 1999-2000, Telefilm allocated $9 million to the development and writing of new projects, nearly 8% of the year's production and development resources. These activities ensure the ongoing renewal of Canadian content for television, movie theatres and new media products. In June 1999, Telefilm announced that its development resources were to be reserved exclusively for SMBs.

In announcing this, François Macerola said, "Small and medium-sized businesses are the cornerstone of the Canadian industry. They constitute more than 90% of Telefilm's clientele, and it bears remembering that the companies now publicly traded were SMBs not so long ago. Development is a high-risk activity. Our initiative will make more substantial resources available to more SMBs."

Production and Development Funds

Canadian Television Fund – Equity Investment Program ($96.5 million)
The CTF is a public-private partnership created in 1996 by the Canadian government and the cable industry. Telefilm administers the Fund's Equity Investment Program, which provides support for the television and feature film industry, including projects in Aboriginal languages.

Feature Film Fund ($16.7 million)
Created in 1986, this fund supports the production and development of feature films for theatrical release made in English and French.

Telefilm Canada further partners with creators through:

- *mini-treaties with France* ($1.3 million), in the form of resources for feature film and animation co-productions and television development;
- the *Regular Fund* ($400,000), which mainly supports low-budget regional production;
- and the *Production Revenue Sharing Program* ($2 million), available to SMBs for both development and production.

44 New Titles for Movie Theatres

Feature films are exemplary of Canadian creativity, and Telefilm Canada provides substantial support for such endeavours through five different funds and programs, among them the CTF's Equity Investment Program and the Feature Film Fund. This year the Corporation supported the production of 46 features, contributing $22.6 million to their overall budgets of $131 million.

The average budget of this year's projects was $1.9 million, excluding the foreign share of Canadian minority co-productions.

The Corporation devoted 60% of its feature film resources to projects in English and 40% to projects in French from all regions of the country.

The 1999-2000 feature film line-up includes well-known directors such as Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau and Robert Favreau.

Also back, after notable first-film debuts, were Clement Virgo, Denis Villeneuve, Arto Paragamian, Gabriel Pelletier, Denise Filiatrault and John Fawcett.

Out in force with first features were new names to watch for in future: Rosemary House (Newfoundland), Andrea Dorfman (Nova Scotia), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto), Arne Olsen (Vancouver) and many more.

Feature Film Distribution Fund ($10.9 million)
This fund is intended primarily for recognized Canadian distributors and provides assistance for the acquisition of distribution rights to Canadian feature films and related marketing activities.

Versioning Fund ($2.1 million)
This fund serves to expand access to Canadian works by making them available in both official languages on television and in theatrical release.

LAURA CADIEUX...LA SUITE (LAURA IS BACK)
d. Denise Filiatrault
Cinémaginaire inc.
Having earned more than $1.4 million at the box office, this film by well-known actress-director Denise Filiatrault is the sequel to her hugely popular first feature, which was also based on Michel Tremblay's play *C't'à ton tour Laura Cadieux*.

Versioning

Forty-nine productions were versioned in one or other official language; 76% of the allocated amount went to versioning in French and 24% to versioning in English. Overall, 83% of commitments served to version television programs.

NATIONAL AND INTERNATIONAL PROMOTION OF CANADA'S INDUSTRY AND PRODUCTS

Telefilm Canada helps to expand audiences for Canadian products at home and abroad. The Corporation also encourages the Canadian industry's international partnerships, which open new markets. A variety of funds, programs and communications activities serve to effectively carry out Telefilm's mandate to promote Canada's film, television and multimedia industry. Close to $20 million was allocated for this purpose in 1999-2000.

Canadian Production Marketing Assistance Fund ($1.3 million)
This fund has a national component (test marketing, product launch, advertising and promotion) and an international component (promotional campaigns, ads in trade publications, marketing at markets, etc.).

Multimedia Fund – Marketing Component ($1.6 million)
As previously mentioned, this fund has three components: production, development and marketing.

Canada Showcase ($1.9 million)
Telefilm supports close to 30 Canadian festivals. All of these events include extensive Canadian programming, and several organize market activities and international forums.

Market Participation ($800,000)
Telefilm took part in nine international television, film and multimedia markets held in France, the United States and Canada.

THE SAINT SOLDIER
d. Kathryn Newsom
Rocky Cove Pictures Inc.
Vancouver is home to the largest Sikh community outside of India. This program, which was broadcast across Canada on the CTV Network, profiles several Vancouver-area Sikhs and explores the challenges they face in preserving their identity.

THE LIFE AND TIMES OF DR. HENRY MORGENTALER
d. Audrey Mehler
Talent Fund – 3 Films Inc.
One of Canada's most controversial figures, Dr. Henry Morgentaler embarked on an ultimately successful crusade to change Canada's abortion laws. The program won the award for Best Biography at the 2000 Hot Docs Festival in Toronto.

languages, including Innu, Inuktitut, Dene, Ojibway, Cree, Oji-Cree, Kaska and Kwakuitl.

The portion of Telefilm resources devoted to regional projects – those from cities other than Montréal or Toronto – has grown steadily over the past four years, reaching 34% in 1999-2000. Of note is an increase in activity in British Columbia, Manitoba, the North and Prince Edward Island.

Development and Production

Linguistic Breakdown	
Pro jects in English	65.6%
Projects in French	32.7%
Projects in Aboriginal languages	1.7%

Regional Breakdown	
Quebec	36.8%
Ontario	31.3%
Western region	24.5%
Atlantic region	7.4%

Telefilm participation in projects from British Columbia reached a record high, totalling $20.2 million, or 17.3% of all production and development resources. Audiovisual activity was also prolific in Manitoba, where the Corporation's contribution nearly tripled due to drama series such as *The Adventures of Shirley Holmes* and several major documentary projects, including the *Francophonies d'Amérique* series.

HEBRON RELOCATION
d. Fran Williams
Okalakatget Society
This documentary about the Inuit of northern Labrador is the first Aboriginal production from Atlantic Canada. It will be aired on the Aboriginal Peoples Television Network in the fall.

Production and Development Funds

Canadian Television Fund – Equity Investment Program ($96.5 million)
The CTF is a public-private partnership created in 1996 by the Canadian government and the cable industry. Telefilm administers the Fund's Equity Investment Program, which provides support for the television and feature film industry, including projects in Aboriginal languages.

Feature Film Fund ($16.7 million)
Created in 1986, this fund supports the production and development of feature films for theatrical release made in English and French.

Multimedia Fund ($4.3 million*)
Created in 1998, this fund provides support for the development, production and marketing of educational, edutational and entertainment multimedia products designed for the general public (* this amount excludes marketing projects).

Added Development Assistance for SMBs

In 1999-2000, Telefilm allocated $9 million to the development and writing of new projects, nearly 8% of the year's production and development resources. These activities ensure the ongoing renewal of Canadian content for television, movie theatres and new media products. In June 1999, Telefilm announced that its development resources were to be reserved exclusively for SMBs.

In announcing this, François Macerola said, "Small and medium-sized businesses are the cornerstone of the Canadian industry. They constitute more than 90% of Telefilm's clientele, and it bears remembering that the companies now publicly traded were SMBs not so long ago. Development is a high-risk activity. Our initiative will make more substantial resources available to more SMBs."

Telefilm Canada further partners with creators through:

- *mini-treaties with France* ($1.3 million), in the form of resources for feature film and animation co-productions and television development;
- the *Regular Fund* ($400,000), which mainly supports low-budget regional production;
- and the *Production Revenue Sharing Program* ($2 million), available to SMBs for both development and production.

46 New Titles for Movie Theatres

Feature films are exemplary of Canadian creativity, and Telefilm Canada provides substantial support for such endeavours through five different funds and programs, among them the CTF's Equity Investment Program and the Feature Film Fund. This year the Corporation supported the production of 46 features, contributing $22.6 million to their overall budgets of $131 million.

The average budget of this year's projects was $1.9 million, excluding the foreign share of Canadian minority co-productions.

The Corporation devoted 60% of its feature film resources to projects in English and 40% to projects in French from all regions of the country.

The 1999-2000 feature film line-up includes well-known directors such as Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau and Robert Favreau.

Also back, after notable first-film debuts, were Clement Virgo, Denis Villeneuve, Arto Paragamian, Gabriel Pelletier, Denise Filiatrault and John Fawcett.

Out in force with first features were new names to watch for in future: Rosemary House (Newfoundland), Andrea Dorfman (Nova Scotia), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto), Arne Olsen (Vancouver) and many more.

LAURA CADIEUX...LA SUITE (LAURA IS BACK)

d. Denise Filiatrault

Having earned more than $1.4 million at the box office, this film by well-known actress-director Denise Filiatrault is the sequel to her hugely popular first feature, which was also based on Michel Tremblay's play C't'à ton tour Laura Cadieux.

Feature Film Distribution Fund ($10.9 million)

This fund is intended primarily for recognized Canadian distributors and provides assistance for the acquisition of distribution rights to Canadian feature films and related marketing activities.

Versioning Fund ($2.1 million)

This fund serves to expand access to Canadian works by making them available in both official languages on television and in theatrical release.

NATIONAL AND INTERNATIONAL PROMOTION OF CANADA'S INDUSTRY AND PRODUCTS

Telefilm Canada helps to expand audiences for Canadian products at home and abroad. The Corporation also encourages the Canadian industry's international partnerships, which open new markets. A variety of funds, programs and communications activities serve to effectively carry out Telefilm's mandate to promote Canada's film, television and multimedia industry. Close to $20 million was allocated for this purpose in 1999-2000.

Versioning

Forty-nine productions were versioned in one or other official language; 76% of the allocated amount went to versioning in French and 24% to versioning in English. Overall, 83% of commitments served to version television programs.

Canadian Production Marketing Assistance Fund ($1.3 million)

This fund has a national component (test marketing, product launch, advertising and promotion) and an international component (promotional campaigns, ads in trade publications, marketing at markets, etc.).

Multimedia Fund – Marketing Component ($1.6 million)

As previously mentioned, this fund has three components: production, development and marketing.

Canada Showcase ($1.9 million)

Telefilm supports close to 30 Canadian festivals. All of these events include extensive Canadian programming, and several organize market activities and international forums.

Market Participation ($800,000)

Telefilm took part in nine international television, film and multimedia markets held in France, the United States and Canada.

THE SAINT SOLDIER

Vancouver is home to the largest Sikh community outside of India. This program, which was broadcast across Canada on the CTV Network, profiles several Vancouver-area Sikhs and explores the challenges they face in preserving their identity.

THE OLD MAN AND THE SEA/ LE VIEIL HOMME ET LA MER
d. Alexander Petrov
Productions Pascal Blais
Based on Ernest Hemingway's celebrated tale *The Old Man and the Sea*, this stunning film has won a dozen prestigious prizes, including the 2000 Academy Award for Best Animated Short and the award for Best Film in IMAX 2D. The film consists of some 29,000 illustrations hand-painted in oil.

International Festivals ($500,000)

The Corporation provides logistical and promotional support for the Canadian presence at international festivals. Telefilm maintains contacts with some 200 festivals in other countries.

Other forms of support ($600,000)

Publications, events organization, promotion at festivals and markets, Telefilm's website and other activities help raise the Canadian industry's profile.

Marketing

Through the Marketing Assistance Fund, Telefilm provided $800,000 for product marketing in Canada and $500,000 for international marketing. The Multimedia Fund includes a marketing component ($1.6 million this year), and the Feature Film Distribution Fund supports the marketing of Canadian feature films ($3 million this year).

DR. LUCILLE: THE LUCILLE TEASDALE STORY
d. Georges Mihalka
IVA International IV Inc.
Co-produced with South Africa
This television movie, which has been sold to some 15 countries, tells the remarkable story of Canadian doctor Lucille Teasdale. The film's premiere in Canada and Italy coincided with the launch of a fundraising campaign to benefit the Lucille Teasdale and Piero Corti Foundation.

Communications

Telefilm helps to raise industry visibility through publications – production catalogues, co-production and foreign industry guides, bulletins and directories – and ad campaigns at major markets and festivals. The Corporation also supports industry publications and events and helps to organize screenings for members of Parliament and foreign dignitaries in Ottawa, such as the presentation of *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story* in March 2000.

TRAINING AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT

The long-term success of the industry depends not only on its capacity to produce and market high-quality products but also on the efforts that go to ensure on-going professional development for its members and solid training for newcomers. The industry operates in a competitive, constantly changing environment, where knowledge is the key to performance.

Over the course of the year, Telefilm committed $4.9 million in support of training and development throughout the country, compared to $2.3 million the previous year.

Telefilm expanded the Industrial and Professional Development Fund, where commitments rose from $1.1 million to $2.1 million to support forums and training, professional development, research and promotional activities. The Department of Canadian Heritage increased the resources of the National Training Program in the Film and Video Sector, administered by Telefilm, enabling the Corporation to allocate $2.8 million to national training schools, compared to $1.2 million in 1998-99.

Support for Over 50 Institutions, Associations and Organizations

The beneficiaries of these resources include four national professional training schools – Institut national de l'image et du son (Montréal), Canadian Film Centre (Toronto), National Screen Institute (Edmonton and Winnipeg) and the Canadian Screen Training Centre (Ottawa) – and close to fifty associations, festivals and cultural organizations, such as the Academy of Canadian Cinema and Television, the Alliance for Children and Television, Media-Jeune, Praxis Film Development Workshops, Aboriginal Visions and Voices, the Banff Centre for Media and Visual Arts, Hot Docs, the New Brunswick Filmmakers Co-op and Women in Film and Television/Femmes du film et de la télévision.

Outstanding Events

Two events bear particular mention. The Aboriginal Training Tour gave Aboriginal participants in a dozen Northern cities the opportunity to develop their audiovisual production skills, and an Immersion Workshop enabled French-speaking professionals from linguistic minority situations to meet with Montréal's French-language broadcasters. A first in Canada, this workshop was organized with the

THE OLD MAN AND THE SEA/ LE VIEIL HOMME ET LA MER
d Alexander Petrov
Productions Pascal Blais
Based on Ernest Hemingway's celebrated tale *The Old Man and the Sea*, this stunning film has won a dozen prestigious prizes, including the 2000 Academy Award for Best Animated Short and the award for Best Film in IMAX 2D. The film consists of some 29,000 illustrations hand-painted in oil.

International Festivals ($500,000)
The Corporation provides logistical and promotional support for the Canadian presence at international festivals. Telefilm maintains contacts with some 200 festivals in other countries.

Other forms of support ($600,000)
Publications, events organization, promotion at festivals and markets, Telefilm's website and other activities help raise the Canadian industry's profile.

Marketing

Through the Marketing Assistance Fund, Telefilm provided $800,000 for product marketing in Canada and $500,000 for international marketing. The Multimedia Fund includes a marketing component ($1.6 million this year), and the Feature Film Distribution Fund supports the marketing of Canadian feature films ($3 million this year).

DR. LUCILLE: THE LUCILLE TEASDALE STORY
d Georges Mihalka
TVA International IV Inc.
Co-produced with South Africa
This television movie, which has been sold to some 15 countries, tells the remarkable story of Canadian doctor Lucille Teasdale. The film's premiere in Canada and Italy coincided with the launch of a fundraising campaign to benefit the Lucille Teasdale and Piero Corti Foundation.

Communications

Telefilm helps to raise industry visibility through publications – production catalogues, co-production and foreign industry guides, bulletins and directories – and ad campaigns at major markets and festivals. The Corporation also supports industry publications and events and helps to organize screenings for members of Parliament and foreign dignitaries in Ottawa, such as the presentation of Dr. Lucille: *The Lucille Teasdale Story* in March 2000.

TRAINING AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT

The long-term success of the industry depends not only on its capacity to produce and market high-quality products but also on the efforts that go to ensure ongoing professional development for its members and solid training for newcomers. The industry operates in a competitive, constantly changing environment, where knowledge is the key to performance.

Over the course of the year, Telefilm committed $4.9 million in support of training and development throughout the country, compared to $2.3 million the previous year.

Telefilm expanded the Industrial and Professional Development Fund, where commitments rose from $1.1 million to $2.1 million to support forums and training, professional development, research and promotional activities. The Department of Canadian Heritage increased the resources of the National Training Program in the Film and Video Sector, administered by Telefilm, enabling the Corporation to allocate $2.8 million to national training schools, compared to $1.2 million in 1998-99.

Support for Over 50 Institutions, Associations and Organizations
The beneficiaries of these resources include four national professional training schools – Institut national de l'image et du son (Montréal), Canadian Film Centre (Toronto), National Screen Institute (Edmonton and Winnipeg) and the Canadian Screen Training Centre (Ottawa) – and close to fifty associations, festivals and cultural organizations, such as the Academy of Canadian Cinema and Television, the Alliance for Children and Television, Media-Jeune, Praxis Film Development Workshops, Aboriginal Visions and Voices, the Banff Centre for Media and Visual Arts, Hot Docs, the New Brunswick Filmmakers Co-op and Women in Film and Television/Femmes du film et de la télévision.

Outstanding Events
Two events bear particular mention. The Aboriginal Training Tour gave Aboriginal participants in a dozen Northern cities the opportunity to develop their audiovisual production skills, and an Immersion Workshop enabled French-speaking professionals from linguistic minority situations to meet with Montréal's French-language broadcasters. A first in Canada, this workshop was organized with the

Department of Canadian Heritage and the new Alliance des producteurs francophones du Canada to stimulate production in French outside of Quebec and facilitate its broadcast.

Programs for Newcomers
In fiscal 1999-2000, Telefilm contributed to developing new talent by means of various programs, several of which are administered jointly with other organizations. Among them are Drama Prize, Kick Start and Features First in the West; the Emerging Filmmakers Program in the Atlantic region; INIS scholarships in Montréal; and the Feature Film Project in Toronto. These initiatives benefited some twenty young producers, screenwriters and directors – names sure to be in lights in the near future!

THE HOLIER IT GETS
d. Jennifer Baichwal
Requisite Productions
Four adult siblings journey to the Indian Himalayas to disperse their father's ashes. First broadcast on TVOntario in April, this documentary won the awards for Best Independent Canadian Film and Best Cultural Film at the 2000 Hot Docs Festival in Toronto.

INTERNATIONAL RELATIONS

A New Synergy for the New Millennium
1999-2000 saw major restructuring for the International Relations Division in order to ensure maximum synergy among the team's three main areas of activity: festival and markets, co-productions and the European office in Paris.

This restructuring responds to a new reality. The past three years have seen a substantial increase in the volume of Canadian activities in the international arena and a growing demand for International Relations expertise. The revamped framework underlines an ongoing commitment to develop a global international vision while consistently improving industry services, particularly for small and medium-sized companies.

International Co-productions
To date, 47 co-production agreements have been signed with 55 countries, including one new accord signed with Austria in 1999-2000. Co-production is a means to develop both moving and highly entertaining projects, as seen in such titles as *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story*, *Stardom* and *The Worst Witch III*.

Telefilm is extremely proud that two Canadian co-productions, François Girard's *The Red Violin* and Alexander Petrov's *The Old Man and the Sea*, took home Oscars in March 2000.

Through a variety of initiatives, such as the mixed commissions with co-producing countries, Telefilm ensures that agreements are updated as needed to reflect industry developments. A mixed commission with France was held in January 2000 in Montréal, and Canada-France technical commission meetings will now take place on a semi-annual basis. We can look forward to an increase in the number of co-productions and the diversification of Canada-France relations to include multimedia ventures.

Certification of 100 Co-productions: Budgets in Excess of $715 Million
This year, the Co-production Department certified 100 co-production projects representing total production budgets of more than $715 million. Of these, 76 were television programs and 24 were feature films. France and the United Kingdom are Canada's leading co-production partners. Although the majority of Canadian co-productions are made with European countries, new partnerships are increasingly being forged with Asia. This year's projects involved 19 countries, including Germany, China, South Africa, Ireland, Australia and Hong Kong. Of special note is the marked increase in animation co-productions, which, with 51 projects, account for more that 50% of the year's co-production activity.

EN VACANCES
d. Yves Hanchar
Productions EGM/
Films des Tournelles
First released in France, this Canada-France co-production feature by acclaimed French director Yves Hanchar tells the story of three families who, over the course of 10 years, spend their annual summer vacations together.

Telefilm Allocates $9.8 Million to Co-productions
Each year, in addition to its certification responsibilities, Telefilm invests in a number of co-productions of particular cultural interest. In 1999-2000, the Corporation committed approximately $9.8 million to the production of 28 such projects. As well, close to $200,000 went to five co-production development projects, including three with France through the mini-treaty and two with the United Kingdom under the English-Language Cinema Plan.

Focus on SMB International Development

Fiscal 1999-2000 saw a number of initiatives in this area:

- Costs for SMBs using the Telefilm stand at European markets were reduced.
- The International Marketing program was reserved for SMBs.
- The Vancouver office co-ordinated SMB participation at the International Film Financing Conference (IFFCON) in San Francisco, an event that offers excellent promotional opportunities with Canadian, American, European and Asian buyers.
- The Atlantic office financed the Strategic Partners co-production conference at the Atlantic Film Festival to foster business relations between SMBs and Nordic countries.
- SMBs from all regions of the country took part in the Documentary Immersion Workshop organized in Paris by the European office.

LUNATIQUES
d. Chris Le Blanc and Paul Bossé
Productions Des Astres inc.
In this children's series set in the future, humans have colonized Mars. However, Phobos, the Martian moon, knows nothing about humans. It's up to Luna, whose mission it is to preserve life, to help Phobos understand humans, their contradictions, their behaviour... in short, to understand life.

International Markets

Telefilm participated in nine markets in 1999-2000. Canada is a leading player at each of these events.

- Television: MIP-TV and MIPCOM in Cannes and NATPE in New Orleans;
- Film: the Berlin International Film Festival, the Cannes International Film Festival and the Independent Feature Film Market in New York;
- Multimedia: MILIA in Cannes, E^3 in Los Angeles and MIM in Montréal.

Some 70 companies shared Telefilm's "umbrella stand" at international markets this year. Most are small or medium-sized firms, representing all regions of the country. Telefilm provides a full range of client services: hosting, promoting, logistics, organization of events and meetings, and participation in conferences and talks with foreign delegations and associations.

In this age of digital convergence, Telefilm Canada has accentuated its new-media presence. Telefilm's stand hosted a full complement of 18 companies at E^3, the world's largest interactive entertainment trade event. A survey of Telefilm's clients confirmed the pertinence of its multimedia market activities, leading the Corporation to confirm its participation at the 2000 ECTS (European Computer Trade Show) in London.

Markets allow Telefilm to increase its partnerships with professional associations, such as IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), federal departments and provincial agencies in order to maximize resources. The Canadian new media sector is in full growth, and this year Telefilm supported several initiatives to further its development, among them the MILIA launches of *Convergence* magazine and the IMPAC guide, *New Media in Canada*.

WATERSHIP DOWN
d. Troy Sullivan
Decode Entertainment
Based on Richard Adams' best-selling book, this animated Canada-U.K. co-production has been sold to numerous countries and territories around the world, including Germany, Denmark, Ireland, Italy, Israel, South Africa, the Middle East, Japan and Turkey.

1,216 Entries in 90 International Festivals and Events

The International Festivals bureau continues to act as an agent for Canadian products in foreign events. In 1999-2000, International Festivals handled 1,216 entries in 90 international festivals and events – a jump from 1,171 the previous year. Canadian productions garnered more than 30 coveted international awards. The bureau facilitated the selection process by organizing screenings of 397 works for festival representatives. In addition, it enabled 69 Canadian directors to promote their works at major festivals, and collaborated in organizing retrospectives of Canadian cinema in such places as Mexico, France, Israel, Greece, the People's Republic of China, Austria, Portugal, Finland, the United States and Spain.

Canadian Festivals

Telefilm Canada supported 29 Canadian festivals in 1999-2000, allocating $1.9 million to these events through the Canada Showcase program. This program assists major national events – the Montréal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Banff Television Festival – and 25 regional or specialized festivals that spotlight documentaries, shorts, arts programming, animation, works

Focus on SMB International Development

Fiscal 1999-2000 saw a number of initiatives in this area:

- **Costs for SMBs using the Telefilm stand at European markets were reduced.**
- **The International Marketing program was reserved for SMBs.**
- **The Vancouver office co-ordinated SMB participation at the International Film Financing Conference (IFFCON) in San Francisco, an event that offers excellent promotional opportunities with Canadian, American, European and Asian buyers.**
- **The Atlantic office financed the Strategic Partners co-production conference at the Atlantic Film Festival to foster business relations between SMBs and Nordic countries.**
- **SMBs from all regions of the country took part in the Documentary Immersion Workshop organized in Paris by the European office.**

LUNATIQUES
d. Chris Le Blanc
and Paul Bossé
Productions Des Astres inc.
In this children's series set in the future, humans have colonized Mars. However, Phobos, the Martian moon, knows nothing about humans. It's up to Luna, whose mission it is to preserve life, to help Phobos understand humans, their contradictions, their behaviour... in short, to understand life.

WATERSHIP DOWN
d. Troy Sullivan
Decode Entertainment
Based on Richard Adams' best-selling book, this animated Canada-U.K. co-production has been sold to numerous countries and territories around the world, including Germany, Denmark, Ireland, Italy, Israel, South Africa, the Middle East, Japan and Turkey.

International Markets

Telefilm participated in nine markets in 1999-2000. Canada is a leading player at each of these events.

- Television: MIP-TV and MIPCOM in Cannes and NATPE in New Orleans;
- Film: the Berlin International Film Festival, the Cannes International Film Festival and the Independent Feature Film Market in New York;
- Multimedia: MILIA in Cannes, E^3 in Los Angeles and MIM in Montréal.

Some 70 companies shared Telefilm's "umbrella stand" at international markets this year. Most are small or medium-sized firms, representing all regions of the country. Telefilm provides a full range of client services: hosting, promoting, logistics, organization of events and meetings, and participation in conferences and talks with foreign delegations and associations.

In this age of digital convergence, Telefilm Canada has accentuated its new-media presence. Telefilm's stand hosted a full complement of 18 companies at E^3, the world's largest interactive entertainment trade event. A survey of Telefilm's clients confirmed the pertinence of its multimedia market activities, leading the Corporation to confirm its participation at the 2000 ECTS (European Computer Trade Show) in London.

Markets allow Telefilm to increase its partnerships with professional associations, such as IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), federal departments and provincial agencies in order to maximize resources. The Canadian new media sector is in full growth, and this year Telefilm supported several initiatives to further its development, among them the MILIA launches of *Convergence* magazine and the IMPAC guide, *New Media in Canada*.

1,216 Entries in 90 International Festivals and Events

The International Festivals bureau continues to act as an agent for Canadian products in foreign events. In 1999-2000, International Festivals handled 1,216 entries in 90 international festivals and events – a jump from 1,171 the previous year. Canadian productions garnered more than 30 coveted international awards. The bureau facilitated the selection process by organizing screenings of 397 works for festival representatives. In addition, it enabled 69 Canadian directors to promote their works at major festivals, and collaborated in organizing retrospectives of Canadian cinema in such places as Mexico, France, Israel, Greece, the People's Republic of China, Austria, Portugal, Finland, the United States and Spain.

Canadian Festivals

Telefilm Canada supported 29 Canadian festivals in 1999-2000, allocating $1.9 million to these events through the Canada Showcase program. This program assists major national events – the Montréal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Banff Television Festival – and 25 regional or specialized festivals that spotlight documentaries, shorts, arts programming, animation, works

for children, Aboriginal production, new media, experimental works and more.

Telefilm supports festivals that offer programming in the official minority language of the province where they are held. These include the *Rendez-vous du cinéma québécois et francophone* de Vancouver (British Columbia), the Festival international du cinéma francophone en Acadie (New Brunswick) and Cinémental (Manitoba), where audiences can screen films to which they otherwise would not have access.

Telefilm Canada Awards at Canadian Festivals

Telefilm presented 19 awards totalling $147,000 in 12 Canadian film, television, video and multimedia festivals. The Corporation inaugurated its $10,000 award for new media at the 1999 Atlantic Digital Media Festival (ADMF) on Cape Breton Island, Nova Scotia. The ADMF is an important competitive festival focused on new media creation.

These Awards recognize all production genres and talent from various regions and backgrounds. For example, there are prizes for emerging Canadian directors of shorts and medium-length creations as well as for Western and Atlantic production excellence. The Corporation also encourages Aboriginal production with two prizes awarded annually at Banff.

In 1999-2000, Telefilm Canada remodelled the Awards – highly regarded since their inception in 1996 – which are now often presented as cash prizes, of enhanced interest to creators.

European Office: A Dynamic Presence Abroad

Telefilm Canada's European office in Paris is Canada's window on the European film and television market, but it is also a strategic information centre for Europeans looking to partner with Canada.

During the past year, the European office participated in several prestigious international events, among them the 20th Université d'été des communications in Hourtin, France, the first Babelsberg Film and Television Conference and the Conference of Latin American Film Authorities held in Madrid. Representation at these high-profile venues enabled Telefilm to reassert the important role the Canadian film and television industry continues to play in the development of major cultural and trade debates.

The office also helped to promote Canadian films in Europe by taking part in special screenings like *The Red Violin* launch, held in the grand auditorium of the Louvre.

THE FOUR SEASONS
d. Barbara Willis Sweete
Rhombus Media Inc. / Veronica Tennant Productions
Set to Vivaldi's celebrated music, this ballet describes the four seasons in a man's life. The production has been sold to Australia, Finland, Japan, Portugal, Singapore, Norway, Netherlands, Switzerland and the U.K. (BBC).

After four successful immersion workshops for Canadian producers in the United Kingdom, the office inaugurated the first edition in Paris. Focused on building contacts between two booming documentary industries, this event gave 28 Canadian producers the unique opportunity to meet more than 50 French players, including leading producers, broadcasters, distributors and documentary directors.

Together with the Canadian High Commission in London, the European office organized a panel at the Toronto International Film Festival entitled "Stories Without Borders – New Approaches to Script Development." The session attracted more than 100 festival delegates and featured an impressive group of European and Canadian film professionals.

The office was also active in organizing Telefilm Canada's presence at international film festivals and markets such as Rotterdam, Berlin and Cannes. During the Cannes International Film Festival, it arranged four strategic breakfast meetings between Canadian and European producers.

Telefilm's office in Paris is a source of strategic information, producing weekly press reviews, European industry guides and special publications that are widely appreciated, including the *Zoom International* newsletter, which provides 300 readers with in-depth European market information and analysis each month.

DA VINCI'S INQUEST II
d. Various
Haddock Entertainment/ Barna-Alper Productions
This series about a Vancouver coroner has earned both critical and popular acclaim. Winner of the 2000 Gemini Award for Best Dramatic Series, season two has drawn an average of 860,000 viewers per week.

Asia-Pacific Initiative

Through the Asia-Pacific Initiative Program, created in 1998 and managed by the Western office, Telefilm Canada contributes to the development of Asian market opportunities. The efforts of the past three

PORTIA WHITE: THINK ON ME
© Sylvia D. Hamilton
Marsion Films Inc.
A singer of remarkable talent, Canadian-born contralto Portia White stole the hearts of Canadians and Americans during the 1940s. Her biography will be broadcast on Vision TV in the fall.

years regarding co-operation with the Republic of China are starting to pay off, as the number of co-productions in development has been rising consistently since 1998.

With the co-operation of the Canadian Consulate General in Shanghai, Telefilm created a retrospective of nine Canadian films for the 1999 Shanghai International Film Festival. The Canadian Film Showcase was hailed as the most successful event of the Festival, and *The Red Violin*, a featured work shot partly in Shanghai, was ranked as one of the ten must-see films.

TELEVISION

CANADIAN TELEVISION FUND
EQUITY INVESTMENT PROGRAM
Projects contracted - Production, scriptwriting and development

	Number of projects*	Total Budgets** In thousands of dollars	Telefilm Canada In thousands of dollars	Linguistic Breakdown %
FRENCH				
Production	81	126,478	28,867	
Amendments - production***	-	-	-133	
Subtotal	81	126,478	28,734	
Scriptwriting and development	59	4,103	1,417	
Amendments - development***	-	-	253	
Subtotal	59	4,103	1,670	
Subtotal - French	**140**	**130,581**	**30,404**	**31.5**
ENGLISH				
Production	119	292,147	61,700	
Amendments - production***	-	-	-98	
Subtotal	119	292,147	61,602	
Scriptwriting and development	144	6,641	2,366	
Amendments - development***	-	-	160	
Subtotal	144	6,641	2,526	
Subtotal - English	**263**	**298,788**	**64,128**	**66.4**
ABORIGINAL LANGUAGES				
Production	16	4,388	1,979	
Amendments - production***	-	-	-	
Subtotal	16	4,388	1,979	
Scriptwriting and development	1	42	21	
Amendments - development***	-	-	-2	
Subtotal	1	42	19	
Subtotal - Aboriginal Languages	**17**	**4,430**	**1,998**	**2.1**
TOTAL	**420**	**433,799**	**96,530**	**100.0**

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund

** Includes total co-production budgets

*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Telefilm Canada has been a partner in the Canadian Television Fund (CTF) since the Fund's inception in September 1996. During its first four fiscal years, this public-sector (Equity Investment Program administered by Telefilm Canada) and private-sector (Licence Fee Program) partnership has supported more than 1,500 productions: drama, documentaries, children's programs, and variety and performing arts programming.

CTF resources have enabled Canadian broadcasters to air some 8,500 hours of new programming created by Canadian screenwriters and directors and produced by companies from all regions of the country, thus giving the Canadian public access to a rich cultural panorama.

The CTF Equity Investment Program

The Equity Investment Program (EIP) budget for 1999-2000 was $100 million. The EIP has a broad mandate that covers both television production, including the CTF envelope for Aboriginal-language creations, and feature film production. The EIP also assists the development and writing of new broadcast projects, investing in the television of tomorrow.

A New Record: 420 Production and Development Projects

Providing support for a wide variety of projects – in terms of category, budget, subject matter and regional origin – is one of the EIP's fundamental goals. In doing so, the Program encourages a broad range of screenwriters, directors and producers, while at the same time responding to varied audience tastes and broadcaster needs for Canadian content.

The number of projects supported annually through the Program continues to grow: 321 in 1997-98, 383 in 1998-99 and 420 in 1999-2000. This year, project numbers rose in both production and development. Including the foreign share of co-productions in which Canada was a minority partner, the total budgets amounted to $433.8 million.

More than 885 Hours of Canadian Production on Canadian Screens

Also of note is a marked increase in the number of hours of production seen in first-run presentation on Canadian television: 741 in 1997-98, 850 in 1998-99 and more than 885 this year. This increase pertains mainly to English- and French-language drama and children's programming in English.

EXHIBIT A: SECRETS OF FORENSIC SCIENCE IV

d: Various

Exhibit A Productions Inc.

This series explores real criminal cases and the central role forensics played in their outcome. The series has been sold, in whole or in part, to Central and South America, Japan, Taiwan, Poland, Hong Kong and the Middle East.

A number of projects were aired by more than one broadcaster. As a result, the 885 production hours represent 1,256 broadcasting hours, as shown in the *Viewer Access to Canadian Programs* table.

Drama, Documentaries, Variety and Children's Programs

In terms of broadcast categories (excluding Aboriginal production and feature films), the EIP allocated 68% of its investments to drama programming, 17% to documentaries, 13% to children's programs and 2% to variety and performing arts shows.

Drama continues to rank high among Canadian programming choices, while other types of production are enjoying more and more outlets, due in large part to new Canadian and foreign specialty services. Aboriginal-language production is notable particularly in the area of documentary and variety programming.

TRADERS V

d: Various

Alliance Atlantis Communications Inc.

One of Canada's most popular dramas, this series revolves around the personal and public lives of employees at a small but influential Toronto merchant bank. To date, season five has been sold to South Africa, the Middle East, Norway and Bulgaria.

Drama

Taut tales of professional and personal intrigue and vivid characters – psychologists, firefighters, police officers, business people, doctors, farmers, showbiz personalities, journalists, criminals and wanderers – combine to create the unique charm of Canadian drama. There are workers and adventurers, teens and parents, avatars and lovers. Unforgettable characters, some of whom, like Dr. Lucille Teasdale, are drawn from real life, and fascinating environments to be seen again and again. They are mirrors of our society with tremendous appeal for Canadian viewers.

A Vast Network of Canadian and Foreign Partners

Telefilm Canada and the Canadian Television Fund

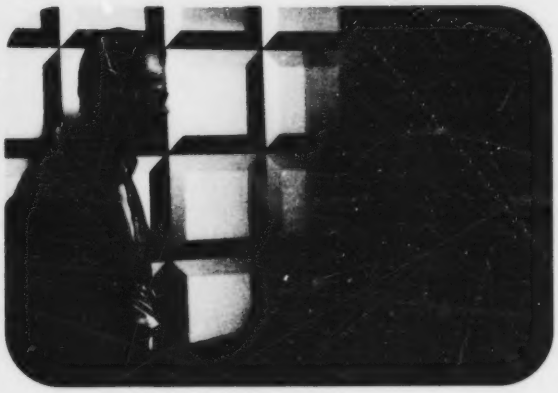
The EIP's participation provides important financing leverage. In 1999-2000, it represented 22.3% of the overall budgets, compared to 25% the previous year. This decrease in the average contribution enabled Telefilm to support a greater number of projects.

Telefilm Canada has been a partner in the Canadian Television Fund (CTF) since the Fund's inception in September 1996. During its first four fiscal years, this public-sector (Equity Investment Program administered by Telefilm Canada) and private-sector (Licence Fee Program) partnership has supported more than 1,500 productions: drama, documentaries, children's programs, and variety and performing arts programming.

CTF resources have enabled Canadian broadcasters to air some 8,500 hours of new programming created by Canadian screenwriters and directors and produced by companies from all regions of the country, thus giving the Canadian public access to a rich cultural panorama.

The CTF Equity Investment Program

The Equity Investment Program (EIP) budget for 1999-2000 was $100 million. The EIP has a broad mandate that covers both television production, including the CTF envelope for Aboriginal-language creations, and feature film production. The EIP also assists the development and writing of new broadcast projects, investing in the television of tomorrow.



A New Record: 420 Production and Development Projects

Providing support for a wide variety of projects – in terms of category, budget, subject matter and regional origin – is one of the EIP's fundamental goals. In doing so, the Program encourages a broad range of screenwriters, directors and producers, while at the same time responding to varied audience tastes and broadcaster needs for Canadian content.

The number of projects supported annually through the Program continues to grow: 321 in 1997-98, 383 in 1998-99 and 420 in 1999-2000. This year, project numbers rose in both production and development. Including the foreign share of co-productions in which Canada was a minority partner, the total budgets amounted to $433.8 million.

More than 885 Hours of Canadian Production on Canadian Screens

Also of note is a marked increase in the number of hours of production seen in first-run presentation on Canadian television: 741 in 1997-98, 850 in 1998-99 and more than 885 this year. This increase pertains mainly to English- and French-language drama and children's programming in English.

EXHIBIT A: SECRETS OF FORENSIC SCIENCE IV
d. Various
Exhibit A Productions Inc.
This series explores real criminal cases and the central role forensics played in their outcome. The series has been sold, in whole or in part, to Central and South America, Japan, Taiwan, Poland, Hong Kong and the Middle East.

A number of projects were aired by more than one broadcaster. As a result, the 885 production hours represent 1,256 broadcasting hours, as shown in the *Viewer Access to Canadian Programs* table.

Drama, Documentaries, Variety and Children's Programs

In terms of broadcast categories (excluding Aboriginal production and feature films), the EIP allocated 68% of its investments to drama programming, 17% to documentaries, 13% to children's programs and 2% to variety and performing arts shows.

Drama continues to rank high among Canadian programming choices, while other types of production are enjoying more and more outlets, due in large part to new Canadian and foreign specialty services. Aboriginal-language production is notable particularly in the area of documentary and variety programming.

TRADERS V
d. Various
Alliance Atlantis Communications Inc.
One of Canada's most popular dramas, this series revolves around the personal and public lives of employees at a small but influential Toronto merchant bank. To date, season five has been sold to South Africa, the Middle East, Norway and Bulgaria.

Drama

Taut tales of professional and personal intrigue and vivid characters – psychologists, firefighters, police officers, business people, doctors, farmers, showbiz personalities, journalists, criminals and wanderers – combine to create the unique charm of Canadian drama. There are workers and adventurers, teens and parents, avatars and lovers. Unforgettable characters, some of whom, like Dr. Lucille Teasdale, are drawn from real life, and fascinating environments to be seen again and again. They are mirrors of our society with tremendous appeal for Canadian viewers.

A Vast Network of Canadian and Foreign Partners

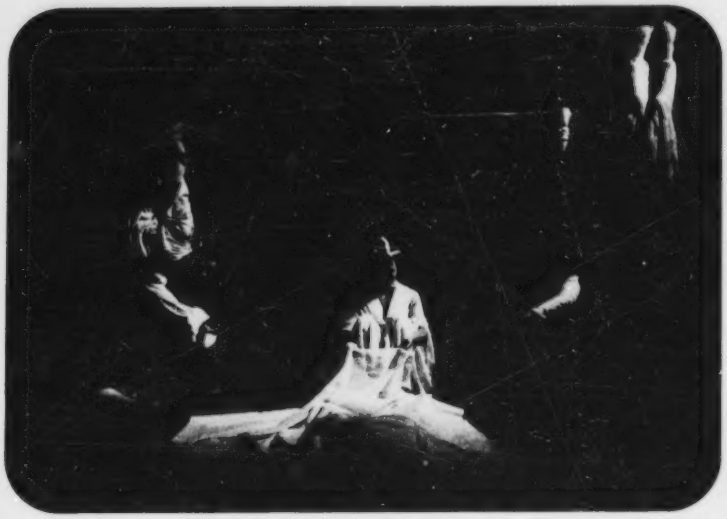
Telefilm Canada and the Canadian Television Fund

The EIP's participation provides important financing leverage. In 1999-2000, it represented 22.3% of the overall budgets, compared to 25% the previous year. This decrease in the average contribution enabled Telefilm to support a greater number of projects.

As indicated in the table entitled *Analysis of Financial Participation*, many projects were further assisted through other Telefilm resources: the Feature Film Fund, the Production Revenue Sharing Program and the mini-treaties with France. In all, the contribution provided by Telefilm Canada and through the EIP and LFP programs of the Canadian Television Fund represents 38.5% of the year's total budgets.

Variety and Performing Arts Programs

The heroes of variety and performing arts programs are talented singers, dancers, musicians and composers from all regions of the country. They express the heart and soul of their communities – Aboriginal and non-Aboriginal alike – in very personal ways to entertain and delight us.



L'ENFANT DE LA MUSIQUE
d. Raymond Saint-Jean
Ciné Qua Non Films inc.
L'Enfant de la musique explores Mozart's frenzied life and offers a visually poetic interpretation of his *String Quartet No. 15 in D Minor*, K. 421. First broadcast on Bravo! in October 1999, this program is the fourth in a series devoted to chamber music. The series has been sold across North America, as well as to France and Germany.

Canadian Broadcasters

On the whole, broadcaster participation rose, up from 17.8% in 1997-98 and 19.3% in 1998-99 to 21.5% this year. In 1999-2000, the increase was seen in drama, children's programming and documentaries.

The EIP allocated 52% of its resources to projects destined for CBC/Radio-Canada and 48% to projects for private broadcasters.

Other Sources of Canadian financing

While support from the private sector (producers, producer-related sources, private assistance funds, sponsors) and distributors varies from year to year according to the project line-up, support from federal and provincial government sources remained steady at close to 18%, primarily in the form of tax credits. Telefilm takes pride in working with the provincial governments to facilitate the production of diverse and original projects.

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed television production contracts through the CTF – Equity Investment Program

Location	Number of Projects*	Hours of Production	Budgets**	Telefilm Canada Contribution	
			In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
Montréal	85	375.0	141,364	**31,442**	**22**
Toronto	43	189.9	142,223	**28,086**	**20**
Subtotal	128	564.9	283,587	**59,529**	**21**
British Columbia	31	108.0	66,505	**16,219**	**24**
Alberta	8	23.2	9,317	**2,526**	**27**
Saskatchewan	5	21.5	6,414	**1,464**	**23**
Manitoba	5	19.5	8,581	**2,150**	**25**
Northern Region	3	4.0	2,527	**762**	**30**
Ontario (excluding Toronto)	7	45.2	4,779	**1,669**	**35**
Quebec (excluding Montréal)	6	22.0	2,080	**417**	**20**
New Brunswick	4	23.0	2,664	**773**	**29**
Nova Scotia	14	43.0	21,074	**4,960**	**24**
Prince Edward Island	1	6.5	5,657	**1,220**	**22**
Newfoundland	3	3.5	2,060	**717**	**35**
Yukon	1	1.0	351	**141**	**40**
Subtotal	88	320.3	132,009	**33,018**	**25**
TOTAL	216	885.2	415,596	**92,546**	**22**

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.
** Does not include the foreign share ($7,417,309) of co-production budgets in which Canada is an equal or minority partner.

International Partnerships
International partnerships are essential to Canadian production. This year, foreign co-producers, broadcasters and distributors contributed $33.5 million to projects financed by the EIP. More than half of this amount – $17.5 million – came from the foreign distributors of English-language productions.

Record Allocations to Regions Outside Montréal and Toronto: 36% of EIP Allocations
The EIP fosters creativity throughout Canada, enabling all communities to tell their stories and recognize themselves on Canadian screens. The Program allocated 34% of its overall participation to projects from Montréal, 30% to projects from Toronto and 36% to projects produced in other cities including Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's and Halifax.

This represents a significant increase in regional projects, which received 29% of total EIP allocations in 1998-99. Production assistance remained stable in the Atlantic region but rose by 24% in the West.

British Columbia, with 18% of EIP resources, and the Prairie provinces, with 7%, were up sharply. Contributions to British Columbia projects increased from $12.9 million to more than $16 million, and assistance for Manitoba projects shot up from $800,000 to $2.2 million. There was also increased activity in Ontario and in the North, including the new Nunavut Territory.

Aboriginal Works

1999-2000 saw the creation of the world's first national Aboriginal television network, Canada's APTN. Speaking at the network launch, then-COO Abraham Tagalik said, "This historic decision will be a major step in building bridges of understanding between the Aboriginal and non-Aboriginal people of Canada." Added Programming Director Jim Compton, "We started the network to get our culture back, to get our traditions back and to get our languages back. We want to create some jobs, and we want to create some hope." This year's 16 projects in Aboriginal languages and other Aboriginal productions in French and English attest to this resolve.

TOHU-BOHU
d. Stefan Joly and Claude Boucher
Les Productions Sogestalt inc.
Aimed at children aged six to nine, this whimsical series is set on a desert island, home to Don Quixote, Boucle d'Or, Mère Michel and a host of other famous literary characters. A stage version of *Tohu-Bohu* has been performed to great success, notably at the annual *Francofolies* festival in Montréal.

Projects in English, French and Aboriginal Languages
The EIP provides equitable support for productions in English and in French and is especially attentive to production in linguistic minority situations and Aboriginal-language works.

Allocation Breakdown
In 1999-2000, 66.4% of EIP participation was allocated to English-language production, 31.5% to French-language production and 2.1% to production in Aboriginal languages.

The overall contribution to projects in French is lower than in previous years, chiefly for reasons related to industry production cycles. The average EIP contribution to French-language projects since 1996 has been 33.4%.

Production in Linguistic Minority Situations
The EIP contributed to the financing of 44 production and development projects based in linguistic minority situations, allocating $8.9 million to their combined budgets of nearly $35 million. Production assistance of $5.6 million went to 19 English-language projects in Montréal, while $2.9 million went to 11 French-language projects in New Brunswick, Nova Scotia, Ontario, Manitoba and British Columbia. The Program also financed 14 development projects from minority groups for a total of $300,000.

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

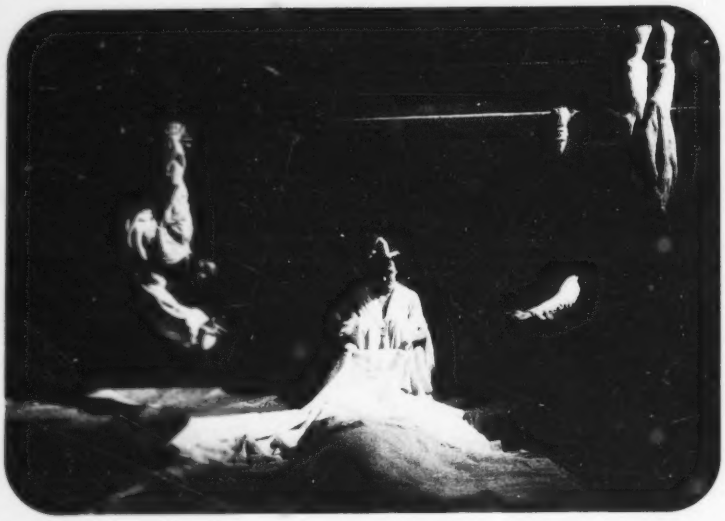
Production, scriptwriting, development and amendments

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1996-2000	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	38,241	31.8	35,410	36.8	35,672	34.0	30,404	31.5	**139,727**	**33.4**
ENGLISH	82,183	68.2	59,892	62.2	68,235	65.0	64,128	66.4	**274,438**	**65.6**
ABORIGINAL LANGUAGES	0	0.0	1,000	1.0	1,000	1.0	1,998	2.1	**3,998**	**1.0**
TOTAL	120,424	100.0	96,302	100.0	104,907	100.0	96,530	100.0	**418,163**	**100.0**

As indicated in the table entitled *Analysis of Financial Participation*, many projects were further assisted through other Telefilm resources: the Feature Film Fund, the Production Revenue Sharing Program and the mini-treaties with France. In all, the contribution provided by Telefilm Canada and through the EIP and LFP programs of the Canadian Television Fund represents 38.5% of the year's total budgets.

Variety and Performing Arts Programs

The heroes of variety and performing arts programs are talented singers, dancers, musicians and composers from all regions of the country. They express the heart and soul of their communities – Aboriginal and non-Aboriginal alike – in very personal ways to entertain and delight us.



L'ENFANT DE LA MUSIQUE
d. Raymond Saint-Jean
Cine Nova Non Films Inc.
L'Enfant de la musique explores Mozart's frenzied life and offers a visually poetic interpretation of his String Quartet No. 15 in D Minor, K. 421. First broadcast on Bravo! in October 1999, this program is the fourth in a series devoted to chamber music. The series has been sold across North America, as well as to France and Germany.

Canadian Broadcasters

On the whole, broadcaster participation rose, up from 17.8% in 1997-98 and 19.3% in 1998-99 to 21.5% this year. In 1999-2000, the increase was seen in drama, children's programming and documentaries.

The EIP allocated 52% of its resources to projects destined for CBC/Radio-Canada and 48% to projects for private broadcasters.

Other Sources of Canadian financing

While support from the private sector (producers, producer-related sources, private assistance funds, sponsors) and distributors varies from year to year according to the project line-up, support from federal and provincial government sources remained steady at close to 18%, primarily in the form of tax credits. Telefilm takes pride in working with the provincial governments to facilitate the production of diverse and original projects.

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed television production contracts through the CTF – Equity Investment Program

Location	Number of Projects*	Hours of Production	Budgets**		Telefilm Canada Contribution
			in thousands of dollars	in thousands of dollars	%
Montréal	85	375.0	141,364	**31,442**	**22**
Toronto	43	189.9	142,223	**28,086**	**20**
Subtotal	128	564.9	283,587	**59,529**	**21**
British Columbia	31	108.0	66,505	**16,219**	**24**
Alberta	8	23.2	9,317	**2,526**	**27**
Saskatchewan	5	21.5	6,414	**1,464**	**23**
Manitoba	5	19.5	8,581	**2,150**	**25**
Northern Region	3	4.0	2,527	**762**	**30**
Ontario (excluding Toronto)	7	45.2	4,779	**1,669**	**35**
Quebec (excluding Montréal)	6	22.0	2,080	**417**	**20**
New Brunswick	4	23.0	2,664	**773**	**29**
Nova Scotia	14	43.0	21,074	**4,960**	**24**
Prince Edward Island	1	6.5	5,657	**1,220**	**22**
Newfoundland	3	3.5	2,060	**717**	**35**
Yukon	1	1.0	351	**141**	**40**
Subtotal	88	320.3	132,009	**33,018**	**25**
TOTAL	216	885.2	415,596	**92,546**	**22**

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share ($7,417,309) of co-production budgets in which Canada is an equal or minority partner.

International Partnerships
International partnerships are essential to Canadian production. This year, foreign co-producers, broadcasters and distributors contributed $33.5 million to projects financed by the EIP. More than half of this amount – $17.5 million – came from the foreign distributors of English-language productions.

Record Allocations to Regions Outside Montréal and Toronto: 36% of EIP Allocations
The EIP fosters creativity throughout Canada, enabling all communities to tell their stories and recognize themselves on Canadian screens. The Program allocated 34% of its overall participation to projects from Montréal, 30% to projects from Toronto and 36% to projects produced in other cities including Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's and Halifax.

This represents a significant increase in regional projects, which received 29% of total EIP allocations in 1998-99. Production assistance remained stable in the Atlantic region but rose by 24% in the West.

British Columbia, with 18% of EIP resources, and the Prairie provinces, with 7%, were up sharply. Contributions to British Columbia projects increased from $12.9 million to more than $16 million, and assistance for Manitoba projects shot up from $800,000 to $2.2 million. There was also increased activity in Ontario and in the North, including the new Nunavut Territory.

Aboriginal Works

1999-2000 saw the creation of the world's first national Aboriginal television network, Canada's APTN. Speaking at the network launch, then-COO Abraham Tagalik said, "This historic decision will be a major step in building bridges of understanding between the Aboriginal and non-Aboriginal people of Canada." Added Programming Director Jim Compton, "We started the network to get our culture back, to get our traditions back and to get our languages back. We want to create some jobs, and we want to create some hope." This year's 16 projects in Aboriginal languages and other Aboriginal productions in French and English attest to this resolve.

TOHU-BOHU
A Storm Boy and Friends Production
Les Productions Sequitur Inc.
Aimed at children aged six to nine, this whimsical series is set on a desert island, home to Don Quixote, Boucle d'Or, Mere Michel and a host of other famous literary characters. A stage version of *Tohu-Bohu* has been performed to great success, notably at the annual Francofolies festival in Montreal.

Projects in English, French and Aboriginal Languages
The EIP provides equitable support for productions in English and in French and is especially attentive to production in linguistic minority situations and Aboriginal-language works.

Allocation Breakdown
In 1999-2000, 66.4% of EIP participation was allocated to English-language production, 31.5% to French-language production and 2.1% to production in Aboriginal languages.

The overall contribution to projects in French is lower than in previous years, chiefly for reasons related to industry production cycles. The average EIP contribution to French-language projects since 1996 has been 33.4%.

Production in Linguistic Minority Situations
The EIP contributed to the financing of 44 production and development projects based in linguistic minority situations, allocating $8.9 million to their combined budgets of nearly $35 million. Production assistance of $5.6 million went to 19 English-language projects in Montréal, while $2.9 million went to 11 French-language projects in New Brunswick, Nova Scotia, Ontario, Manitoba and British Columbia. The Program also financed 14 development projects from minority groups for a total of $300,000.

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1996-2000	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	38,241	31.8	35,410	36.8	35,672	34.0	30,404	31.5	**139,727**	**33.4**
ENGLISH	82,183	68.2	59,892	62.2	68,235	65.0	64,128	66.4	**274,438**	**65.6**
ABORIGINAL LANGUAGES	0	0.0	1,000	1.0	1,000	1.0	1,998	2.1	**3,998**	**1.0**
TOTAL	120,424	100.0	96,302	100.0	104,907	100.0	96,530	100.0	**418,163**	**100.0**

MANON RHÉAUME: THE WOMAN BEHIND THE MASK
d. Wendy Hill-Tout
Voice Pictures Development Corp./ Les Productions Colin Neale
Manon Rhéaume, a goalie from Quebec, made history by becoming the first woman to play in the National Hockey League. This biography documents her fairy-tale rise and the obstacles she had to overcome.

Productions in Aboriginal Languages

The EIP administers the entire $2-million CTF envelope reserved for Aboriginal-language production. In 1999-2000, the EIP financed 16 productions: nine from the Western provinces and the North, the balance from Ontario, Quebec and Newfoundland. The stories they tell are recounted in a dozen Aboriginal languages.

Altogether, the budgets of these projects amounted to $4.4 million, of which the EIP financed an average of 45%. Contributions to individual production budgets ranged from 27% to 75%. As a means of encouraging Aboriginal creations, the EIP exercises flexibility with respect to broadcast rights and airing schedules and facilitates the hiring of Aboriginal production trainees.

APTN, the Aboriginal Peoples Television Network, is associated with most of these projects, 13 in all. The other broadcasters involved with Aboriginal productions are SCN, Channel 24 Igloonik, CTV Network (Baton), Vision TV and Canwest Global.

Feature Films: EIP Supports 11 Production Projects

Each year, the CTF appropriates $15 million for feature films. This amount is shared equally between the EIP and the LFP. During the Fund's initial years, Telefilm administered the entire envelope; in 1999-2000, at the request of the CTF Board of Directors, each program managed its respective portion of the envelope.

EIP participation represented 20.6% of this year's 11 feature film budgets, which totalled $36 million. Support went to high-quality projects directed by eminent filmmakers and talented newcomers, which will be presented both in movie theatres and on television.

Six of these projects were made in English: *Café Olé* by Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* by John Fawcett (Toronto), *Marine Life* by

ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only – New projects contracted

Categories	Number of Projects*	Hours of Production	Total Budgets	Budgets**	Telefilm Canada					
					Equity Investment – CTF Program		Feature Film Fund		Other Funds (PRSP)	
			In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH										
Drama	18	149.0	66,471	**66,471**	16,566	24.9	–	0.0	–	0.0
Variety	7	18.0	4,981	**4,981**	1,309	26.3	–	0.0	–	0.0
Children	8	135.8	16,640	**16,640**	3,179	19.1	–	0.0	–	0.0
Documentary	43	96.4	23,077	**23,077**	5,313	23.0	–	0.0	19	0.1
Feature Film	5	8.2	15,309	**15,309**	2,500	16.3	–	0.0	–	0.0
Subtotal	81	407.3	126,478	**126,478**	28,867	22.8	0	0.0	19	0.0
ENGLISH										
Drama	29	187.5	175,983	**175,983**	39,842	22.6	–	0.0	276	0.2
Variety	3	3.0	3,015	**3,015**	763	25.3	–	0.0	100	3.3
Children	14	84.4	58,364	**51,397**	8,037	15.6	–	0.0	81	0.2
Documentary	67	158.7	34,023	**33,573**	8,123	24.2	–	0.0	41	0.1
Feature Film	6	10.0	20,761	**20,761**	4,935	23.8	1,098	5.3	–	0.0
Subtotal	119	443.6	292,147	**284,729**	61,700	21.7	1,098	0.4	498	0.2
ABORIGINAL LANGUAGES	16	34.3	4,388	**4,388**	1,979	45.1	0	0.0	0	0.0
TOTAL	216	885.2	423,013	**415,596**	92,546	22.3	1,098	0.3	518	0.1

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share ($7,417,309) of co-production budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* by Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* by Arto Paragamian (Montréal) and *Violet* by Rosemary House (St. John's). Five were made in French in Montréal: *15 février 1839* by Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* by Charles Binamé, *Les Muses orphelines* by Robert Favreau, *PinPon le film* by Ghyslaine Côté and *La Vie après l'amour* by Gabriel Pelletier. Inspired by the popular television series of the same name, *PinPon* is Canada's first French-language feature film for children between the ages of three and five.

In addition to its EIP contributions, Telefilm provides support for the film industry through the Feature Film Fund and the Regular Fund, the latter serving mainly to finance low-budget regional projects. All told, the Corporation contributed to the production of 46 feature films and the development of 102 new feature film projects in fiscal 1999-2000.

VIOLET
d. Rosemary House
Dark Flowers Productions Inc.
Fifty-five is a lethal age for Violet O'Brien's family: both her parents as well as her brother died at 55. With her own 55th birthday fast approaching, Violet goes into an existential tailspin as she feels the hand of fate upon her

Feature Films

There are no boundaries when it comes to subjects that inspire Canadian directors and screenwriters, who delve into small tales and vast narratives, broken hearts, family sorrows, stories of people of all ages, the search for identity and occasionally the struggle to stay alive. These films speak of life and other mortal states, always maintaining the right tone, whether in a comedy, a tragedy or a combination of the two.

Fourteen Co-productions with Six Countries

This year, 14 co-productions were made with EIP support totalling $4.3 million. Their combined budgets amounted to $43.7 million. The overall Canadian share represented 62%, as Canada was a majority partner in ten of these productions. The EIP provided 16% of the Canadian portion of the budgets.

CTF – Licence Fee Program		Broadcasters		Private Sector		Distributors		Other Government Sources		Foreign Participants	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
12,678	19.1	18,974	28.5	2,776	4.2	838	1.3	14,639	22.0	–	0.0
410	8.2	1,256	25.2	663	13.3	214	4.3	1,129	22.7	–	0.0
3,282	19.7	5,115	30.7	1,246	7.5	200	1.2	3,618	21.7	–	0.0
4,282	18.6	4,680	20.3	1,318	5.7	553	2.4	6,587	28.5	323	1.4
1,991	13.0	225	1.5	683	4.5	1,610	10.5	8,300	54.2	–	0.0
22,644	17.9	30,251	23.9	6,687	5.3	3,415	2.7	34,272	27.1	323	0.3
30,403	17.3	39,298	22.3	20,466	11.6	13,799	7.8	22,054	12.5	9,845	5.6
372	12.3	525	17.4	131	4.3	239	7.9	474	15.7	412	13.7
4,859	9.5	8,707	16.9	8,513	16.6	5,242	10.2	4,850	9.4	11,108	21.6
4,476	13.3	9,461	28.2	2,773	8.3	1,249	3 7	5,396	16.1	2,054	6.1
3,096	14.9	673	3.2	724	3.5	2,741	13.2	5,127	24.7	2,368	11.4
43,207	15.2	58,663	20.6	32,607	11.5	23,269	8.2	37,900	13.3	25,787	9.1
0	0.0	448	10.2	819	18.7	0	0.0	1,142	26.0	0	0.0
65,851	15.8	89,361	21.5	40,113	9.7	26,684	6.4	73,315	17.6	26,110	6.3

Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* by Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* by Arto Paragamian (Montréal) and *Violet* by Rosemary House (St. John's). Five were made in French in Montréal: *15 février 1839* by Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* by Charles Binamé, *Les Muses orphelines* by Robert Favreau, *PinPon le film* by Ghyslaine Côté and *La Vie après l'amour* by Gabriel Pelletier. Inspired by the popular television series of the same name, *PinPon* is Canada's first French-language feature film for children between the ages of three and five.

In addition to its EIP contributions, Telefilm provides support for the film industry through the Feature Film Fund and the Regular Fund, the latter serving mainly to finance low-budget regional projects. All told, the Corporation contributed to the production of 46 feature films and the development of 102 new feature film projects in fiscal 1999-2000.

VIOLET

Fifty-five is a lethal age for Violet O'Brien's family: both her parents as well as her brother died at 55. With her own 55th birthday fast approaching, Violet goes into an existential tailspin as she feels the hand of fate upon her.

Feature Films

There are no boundaries when it comes to subjects that inspire Canadian directors and screenwriters, who delve into small tales and vast narratives, broken hearts, family sorrows, stories of people of all ages, the search for identity and occasionally the struggle to stay alive. These films speak of life and other mortal states, always maintaining the right tone, whether in a comedy, a tragedy or a combination of the two.

Fourteen Co-productions with Six Countries

This year, 14 co-productions were made with EIP support totalling $4.3 million. Their combined budgets amounted to $43.7 million. The overall Canadian share represented 62%, as Canada was a majority partner in ten of these productions. The EIP provided 16% of the Canadian portion of the budgets.

CTF – Licence Fee Program		Broadcasters		Private Sector		Distributors		Other Government Sources		Foreign Participants	
12,678	19.1	18,974	28.5	2,776	4.2	838	1.3	14,639	22.0	-	0.0
410	8.2	1,256	25.2	663	13.3	214	4.3	1,129	22.7	-	0.0
3,282	19.7	5,115	30.7	1,246	7.5	200	1.2	3,618	21.7	-	0.0
4,282	18.6	4,680	20.3	1,318	5.7	553	2.4	6,587	28.5	323	1.4
1,991	13.0	225	1.5	683	4.5	1,610	10.5	8,300	54.2	-	0.0
22,644	17.9	30,251	23.9	6,687	5.3	3,415	2.7	34,272	27.1	323	0.3
30,403	17.3	39,298	22.3	20,466	11.6	13,799	7.8	22,054	12.5	9,845	5.6
372	12.3	525	17.4	131	4.3	239	7.9	474	15.7	412	13.7
4,859	9.5	8,707	16.9	8,513	16.6	5,242	10.2	4,850	9.4	11,108	21.6
4,476	13.3	9,461	28.2	2,773	8.3	1,249	3.7	5,396	16.1	2,054	6.1
3,096	14.9	673	3.2	724	3.5	2,741	13.2	5,127	24.7	2,368	11.4
43,207	15.2	58,663	20.6	32,607	11.5	23,269	8.2	37,900	13.3	25,787	9.1
0	0.0	448	10.2	819	18.7	0	0.0	1,142	26.0	0	0.0
65,851	15.8	89,361	21.5	40,113	9.7	26,684	6.4	73,315	17.6	26,110	6.3

THE KINNEL PARK RIOTS
d. Ceri Sherlock
Great North Productions Inc./
Andy Brice Productions Ltd.
In March 1919, thousands of disease-ridden, war-weary Canadian soldiers stationed in North Wales rioted upon learning that American soldiers, who had done little fighting, would be repatriated first. This Canada-U.K. co-production, which investigates the mutiny, was first broadcast on the Discovery channel in July.

These co-production projects were signed with six different countries: France, the United Kingdom, Israel, Australia, South Africa and China.

204 Projects in Development: Tomorrow's Television

Developing and writing new projects is of primary importance, for Canadian television must continue to evolve if it is to meet audience expectations. The EIP facilitates creativity by encouraging producers to develop new ideas. The Program is a key partner for producers in this respect, because it covers an average of 35% of project development costs, which are regarded as investments at risk. In June 1999, Telefilm announced that in future its development resources would be directed exclusively to SMBs.

The EIP allocated $3.8 million to 204 development projects, compared to $3.4 million for 180 projects the previous year. Of note is a substantial increase in the number of projects from Alberta, Nova Scotia and Newfoundland, which bodes well for programming in the coming years.

The regional breakdown is as follows: 64 projects originating in Montréal, 44 in Toronto, 33 in British Columbia, 15 in Alberta, 9 in Saskatchewan, 6 in Manitoba, 3 in Ontario, 4 in Quebec, 3 in

Documentaries

Mirroring a rich heritage, documentaries give voice to Canada's different communities, including Aboriginal peoples. They celebrate the beauty and landscapes of our country and deal with some of the most heated issues of the day, such as conservation, minority groups, our food supply, immigration, young people, the family, human rights and the role of science. Canadian perspectives on the past, present and future at home and abroad.

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

Categories	Total		Public Sector						Educational Television				
			CBC/ CBC – Regional	CBC Newsworld	RDI	RC/ RC – Regional	Total		Télé-Québec	TVOntario/ TFO	Access, Knowledge, SCN and others	Total	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
FRENCH													
Drama	**18,974**	**28.5**	–	–	–	12,304	12,304	18.5	797	200	–	997	1.5
Variety	**1,256**	**25.2**	–	–	–	534	534	10.7	71	482	–	553	11.1
Children	**5,115**	**30.7**	–	–	–	1,251	1,251	7.5	2,814	550	–	3,365	20.2
Documentary	**4,680**	**20.3**	102	–	29	1,377	1,508	6.5	1,410	663	2	2,075	9.0
Feature Film	**225**	**1.5**	–	–	–	25	25	0.2	–	–	–	–	0.0
Subtotal	**30,251**	**23.9**	102	0	29	15,491	15,622	12.4	5,092	1,895	2	6,989	5.5
ENGLISH													
Drama	**39,298**	**22.3**	20,337	–	–	–	20,337	11.6	–	–	–	–	0.0
Variety	**525**	**17.4**	258	–	–	–	258	8.5	–	–	–	–	0.0
Children	**8,707**	**16.9**	772	–	–	143	915	1.8	–	579	242	820	1.6
Documentary	**9,461**	**28.2**	2,341	43	–	56	2,440	7.3	–	121	230	350	1.0
Feature Film	**673**	**3.2**	150	–	–	–	150	0.7	–	–	–	–	0.0
Subtotal	**58,663**	**20.6**	23,858	43	0	199	24,100	8.5	0	699	471	1,171	0.4
ABORIGINAL LANGUAGES	**448**	**10.2**	0	0	0	0	0	0.0	0	0	74	74	1.7
TOTAL	**89,361**	**21.5**	23,960	43	29	15,690	39,723	9.6	5,092	2,594	547	8,234	2.0

* Includes CTV affiliates not belonging to BATON, CHUM or WIC.

New Brunswick, 17 in Nova Scotia, 1 in Prince Edward Island and 5 in Newfoundland.

EIP support went to develop projects in all production categories. Resources were allocated in these proportions: 51% for drama, 37% for documentaries, 11% for children's programs and less than 1% for variety and performing arts programming.

Children's Programs

Children's programs feature tots, teens, animals, magicians, computers and animated characters of all sorts. They are set in the past, the present and even in the year 2035. These programs accompany children in discovering the world and encourage learning, imagination, tolerance and creativity. The international renown of Canadian children's programming continues to grow.

INCREDIBLE STORY STUDIO III
d: Various
Incredible Story Productions III Inc. (Minds Eye Pictures)/ Vérité Films Inc.
Now seen in more than 125 million homes worldwide, this award-winning show turns kids' stories from around the globe into movies. The series is broadcast in the U.K., France, Germany, the Middle East, the U.S., Latin America, Australia, South Africa, China, Korea, Japan, Israel, Ireland and Singapore.

										Private Sector	
CHUM	WIC	CTV Network (BATON)	CTV Other Affiliates*	Canwest Global	Independents	TVA Group	Télévision Quatre Saisons	Pay Television	Specialty Services	Total	
In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
–	–	–	–	–	–	5,110	–	–	563	5,673	8.5
–	–	–	–	30	–	–	–	–	139	169	3.4
–	–	–	–	–	–	–	–	–	500	500	3.0
–	27	–	–	–	–	85	195	–	790	1,097	4.8
–	–	–	–	–	–	200	–	–	–	200	1.3
0	27	0	0	30	0	5,395	195	0	1,992	7,639	6.0
–	–	12,100	–	3,275	285	700	–	1,400	1,200	18,960	10.8
–	–	–	–	–	–	–	–	–	268	268	8.9
–	300	623	–	85	455	–	–	93	5,414	6,971	13.6
80	21	290	2	67	–	40	–	–	6,171	6,671	19.9
50	–	–	–	–	–	–	–	473	–	523	2.5
130	321	13,013	2	3,427	740	740	0	1,966	13,053	33,392	11.7
0	0	41	0	20	268	0	0	0	45	374	8.5
130	348	13,054	2	3,477	1,008	6,135	195	1,966	15,090	41,405	10.0

THE KINMEL PARK RIOTS
d. Geri Sherlock
Great North Productions Inc./
Andy Brice Productions Ltd.
In March 1919, t[illegible]sands of disease-ridden, war-weary Canadian soldiers stationed in North Wales rioted upon learning that American soldiers, who had done little fighting, would be repatriated first. This Canada-U.K. co-production, which investigates the mutiny, was first broadcast on the Discovery channel in July.

These co-production projects were signed with six different countries: France, the United Kingdom, Israel, Australia, South Africa and China.

204 Projects in Development: Tomorrow's Television

Developing and writing new projects is of primary importance, for Canadian television must continue to evolve if it is to meet audience expectations. The EIP facilitates creativity by encouraging producers to develop new ideas. The Program is a key partner for producers in this respect, because it covers an average of 35% of project development costs, which are regarded as investments at risk. In June 1999, Telefilm announced that in future its development resources would be directed exclusively to SMBs.

The EIP allocated $3.8 million to 204 development projects, compared to $3.4 million for 180 projects the previous year. Of note is a substantial increase in the number of projects from Alberta, Nova Scotia and Newfoundland, which bodes well for programming in the coming years.

The regional breakdown is as follows: 64 projects originating in Montréal, 44 in Toronto, 33 in British Columbia, 15 in Alberta, 9 in Saskatchewan, 6 in Manitoba, 3 in Ontario, 4 in Quebec, 3 in

Documentaries

Mirroring a rich heritage, documentaries give voice to Canada's different communities, including Aboriginal peoples. They celebrate the beauty and landscapes of our country and deal with some of the most heated issues of the day, such as conservation, minority groups, our food supply, immigration, young people, the family, human rights and the role of science. Canadian perspectives on the past, present and future at home and abroad.

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

Categories	Total		Public Sector						Educational Television				
			CBC/ CBC – Regional	CBC Newsworld	RDI	RC/ RC – Regional	Total		Télé-Québec	TVOntario/ TFO	Access, Knowledge, SCN and others	Total	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%
FRENCH													
Drama	**18,974**	**28.5**	–	–	–	12,304	12,304	18.5	797	200	–	997	1.5
Variety	**1,256**	**25.2**	–	–	–	534	534	10.7	71	482	–	553	11.1
Children	**5,115**	**30.7**	–	–	–	1,251	1,251	7.5	2,814	550	–	3,365	20.2
Documentary	**4,680**	**20.3**	102	–	29	1,377	1,508	6.5	1,410	663	2	2,075	9.0
Feature Film	**225**	**1.5**	–	–	–	25	25	0.2	–	–	–	–	0.0
Subtotal	**30,251**	**23.9**	102	0	29	15,491	15,622	12.4	5,092	1,895	2	6,989	5.5
ENGLISH													
Drama	**39,298**	**22.3**	20,337	–	–	–	20,337	11.6	–	–	–	–	0.0
Variety	**525**	**17.4**	258	–	–	–	258	8.5	–	–	–	–	0.0
Children	**8,707**	**16.9**	772	–	–	143	915	1.8	–	579	242	820	1.6
Documentary	**9,461**	**28.2**	2,341	43	–	56	2,440	7.3	–	121	230	350	1.0
Feature Film	**673**	**3.2**	150	–	–	–	150	0.7	–	–	–	–	0.0
Subtotal	**58,663**	**20.6**	23,858	43	0	199	24,100	8.5	0	699	471	1,171	0.4
ABORIGINAL LANGUAGES	**448**	**10.2**	0	0	0	0	0	0.0	0	0	74	74	1.7
TOTAL	**89,361**	**21.5**	23,960	43	29	15,690	39,723	9.6	5,092	2,594	547	8,234	2.0

* Includes CTV affiliates not belonging to BATON, CHUM or WIC

New Brunswick, 17 in Nova Scotia, 1 in Prince Edward Island and 5 in Newfoundland.

EIP support went to develop projects in all production categories. Resources were allocated in these proportions: 51% for drama, 37% for documentaries, 11% for children's programs and less than 1% for variety and performing arts programming.

Children's Programs

Children's programs feature tots, teens, animals, magicians, computers and animated characters of all sorts. They are set in the past, the present and even in the year 2035. These programs accompany children in discovering the world and encourage learning, imagination, tolerance and creativity. The international renown of Canadian children's programming continues to grow.

INCREDIBLE STORY STUDIO III

Now seen in more than 125 million homes worldwide, this award-winning show turns kids' stories from around the globe into movies. The series is broadcast in the U.K., France, Germany, the Middle East, the U.S., Latin America, Australia, South Africa, China, Korea, Japan, Israel, Ireland and Singapore.

CHUM	WIC	CTV Network (BATON)	CTV Other Affiliates*	Canwest Global	Inde-pendents	TVA Group	Télévision Quatre Saisons	Pay Television	Specialty Services	Private Sector Total	
–	–	–	–	–	–	5,110	–	–	563	5,673	8.5
–	–	–	–	30	–	–	–	–	139	169	3.4
–	–	–	–	–	–	–	–	–	500	500	3.0
–	27	–	–	–	–	85	195	–	790	1,097	4.8
–	–	–	–	–	–	200	–	–	–	200	1.3
0	27	0	0	30	0	5,395	195	0	1,992	7,639	6.0
–	–	12,100	–	3,275	285	700	–	1,400	1,200	18,960	10.8
–	–	–	–	–	–	–	–	–	268	268	8.9
–	300	623	–	85	455	–	–	93	5,414	6,971	13.6
80	21	290	2	67	–	40	–	–	6,171	6,671	19.9
50	–	–	–	–	–	–	–	473	–	523	2.5
130	321	13,013	2	3,427	740	740	0	1,966	13,053	33,392	11.7
0	0	41	0	20	268	0	0	0	45	374	8.5
130	348	13,054	2	3,477	1,008	6,135	195	1,966	15,090	41,405	10.0

PRIVATE SECTOR

Categories	Total		Producers and Producer-related	Private Assistance Funds	Sponsors	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH						
Drama	**2,776**	**4.2**	1,915	350	511	–
Variety	**663**	**13.3**	356	242	65	–
Children	**1,246**	**7.8**	1,046	200	–	–
Documentary	**1,318**	**5.7**	1,010	239	20	49
Feature Film	**683**	**4.5**	323	100	200	60
Subtotal	**6,687**	**5.3**	4,651	1,131	796	109
ENGLISH						
Drama	**20,466**	**11.6**	17,724	2,669	73	–
Variety	**131**	**4.3**	131	–	–	–
Children	**8,513**	**16.6**	4,649	3,865	–	–
Documentary	**2,773**	**8.3**	2,058	663	52	1
Feature Film	**724**	**3.5**	724	–	–	–
Subtotal	**32,607**	**11.5**	25,285	7,196	125	1
ABORIGINAL LANGUAGES	**819**	**18.7**	614	101	22	82
TOTAL	**40,113**	**9.7**	30,550	8,429	942	192

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

Categories	Total		Federal Agencies			Newfoundland Tax Credit	Nova Scotia Tax Credit	New Brunswick Tax Credit
			NFB	Federal Tax Credit	Others			
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH								
Drama	**14,639**	**22.0**	–	4,691	–	–	–	–
Variety	**1,129**	**22.7**	–	285	–	–	–	87
Children	**3,618**	**21.7**	–	1,142	–	–	–	148
Documentary	**4,587**	**28.5**	225	1,245	133	–	19	141
Feature Film	**8,300**	**54.2**	–	535	–	–	–	–
Subtotal	**34,272**	**27.1**	225	7,897	133	0	19	377
ENGLISH								
Drama	**22,054**	**12.5**	450	9,613	75	–	1,482	–
Variety	**474**	**15.7**	–	220	60	–	–	–
Children	**4,850**	**9.4**	–	1,897	–	9	–	–
Documentary	**5,396**	**16.1**	557	1,351	385	–	529	–
Feature Film	**6,127**	**24.7**	–	1,352	–	259	–	–
Subtotal	**37,901**	**13.3**	1,007	14,433	520	268	2,011	0
ABORIGINAL LANGUAGES	**1,142**	**26.0**	165	0	808	0	0	0
TOTAL	**73,315**	**17.6**	1,397	22,330	1,461	268	2,030	377

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation – Production only

Categories	Total In thousands of dollars	Total %	Co-producers In thousands of dollars	Broadcasters In thousands of dollars	Distributors In thousands of dollars	Others In thousands of dollars
FRENCH						
Drama	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Variety	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Children	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Documentary	**323**	**1.4**	147	96	–	80
Feature Film	**0**	**0.0**	–	–	–	–
Subtotal	**323**	**0.3**	147	96	0	80
ENGLISH						
Drama	**9,845**	**5.6**	1,149	–	8,696	–
Variety	**412**	**13.7**	–	412	–	–
Children	**11,108**	**21.6**	3,305	68	6,887	849
Documentary	**2,054**	**6.1**	3	1,412	410	228
Feature Film	**2,368**	**11.4**	868	–	1,500	–
Subtotal	**25,787**	**9.1**	5,326	1,891	17,493	1,077
ABORIGINAL LANGUAGES	**0**	**0.0**	0	0	0	0
TOTAL	**26,110**	**6.3**	5,473	1,987	17,493	1,157

						Provincial Agencies		
Quebec Tax Credit In thousands of dollars	Ontario Tax Credit In thousands of dollars	Manitoba Tax Credit In thousands of dollars	British Columbia Tax Credit In thousands of dollars	SODEC In thousands of dollars	SaskFilm In thousands of dollars	British Columbia Film In thousands of dollars	Nova Scotia Film In thousands of dollars	Others In thousands of dollars
9,633	–	–	–	315	–	–	–	–
568	12	–	–	176	–	–	–	–
1,913	–	–	–	–	–	–	–	414
3,305	17	31	–	1,223	–	–	–	248
3,100	–	–	–	4,665	–	–	–	–
18,520	30	31	0	6,379	0	0	0	662
2,017	6,723	–	–	–	–	950	245	500
–	194	–	–	–	–	–	–	–
–	1,526	–	–	–	5	175	–	1,237
770	479	–	8	174	–	243	461	437
1,324	364	–	187	1,100	–	–	–	542
4,111	9,285	0	195	1,274	5	1,368	706	2,717
73	0	0	0	70	0	0	0	27
22,704	9,315	31	195	7,723	5	1,368	706	3,405

PARTICIPATION OF CANADIAN BROADCASTERS

including investments and purchases of broadcast rights

Broadcasters	Drama In thousands of dollars	Variety In thousands of dollars	Children In thousands of dollars	Documentary In thousands of dollars	Feature Film* In thousands of dollars	Total In thousands of dollars
PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION						
Conventional Television						
Canwest Global	3,275	30	85	87	–	**3,477**
CHUM	–	–	–	80	50	**130**
CTV – Network (Baton)/ Other Affiliates	12,100	–	623	332	–	**13,056**
Independents	285	13	455	255	–	**1,008**
TVA Group	5,810	–	–	125	200	**6,135**
Télévision Quatre Saisons	–	–	–	195	–	**195**
WIC	–	–	300	48	–	**348**
Educational Television						
Access	–	–	–	48	–	**48**
Canadian Learning Channel	–	–	–	2	–	**2**
Knowledge	–	–	–	108	–	**108**
SCN	–	–	242	148	–	**390**
Télé-Québec	797	71	2,814	1,410	–	**5,092**
TVOntario/TFO	200	482	1,129	784	–	**2,594**
Pay Television						
The Movie Network	–	–	–	–	455	**455**
Superchannel	1,400	–	93	–	18	**1,511**
Specialty Services						
Bravo!	–	362	–	121	–	**482**
Canal D	–	–	–	699	–	**699**
Canal Famille	538	–	643	–	–	**1,181**
Comedy Network	674	–	–	–	–	**674**
Discovery Channel (The)	–	–	–	2,352	–	**2,352**
History Television	–	–	–	760	–	**760**
Life Network (The)	–	–	–	1,544	–	**1,544**
Teletoon	–	–	1,062	–	–	**1,062**
TV5	25	45	–	231	–	**301**
Vision TV	50	–	55	581	–	**686**
WTN	–	–	–	717	–	**717**
YTV	476	–	4,154	–	–	**4,630**
Subtotal	25,630	1,002	11,656	10,628	723	**49,639**
PUBLIC SECTOR						
CBC network and regional stations	20,337	258	772	2,443	150	**23,960**
CBC Newsworld	–	–	–	43	–	**43**
RC network and regional stations	12,304	534	1,394	1,433	25	**15,690**
RDI – le réseau de l'information	–	–	–	29	–	**29**
Subtotal	32,642	792	2,166	3,948	175	**39,723**
TOTAL	**58,272**	**1,794**	**13,822**	**14,576**	**898**	**89,361**

* Because rights for feature films are often included in the distribution advances, they do not all appear in this table.

VIEWER ACCESS TO CANADIAN PROGRAMS

Broadcasters	In Aboriginal Languages	In French	In English	Number of Projects Total	Number of Hours in First-Run Presentation
PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION					
Conventional Television					
Canwest Global	1	1	4	**6**	**24.3**
CHUM	–	–	2	**2**	**2.8**
CTV – Networks (Baton)/Other Affiliates	2	–	15	**17**	**71.0**
Independents	16	–	4	**20**	**55.8**
TVA Group	–	6	4	**10**	**60.7**
Télévision Quatre Saisons	–	1	–	**1**	**13.0**
WIC	–	2	4	**6**	**8.5**
Educational Television					
Access	–	–	4	**4**	**20.5**
Canadian Learning Channel	–	–	1	**1**	**1.0**
Knowledge	3	–	11	**14**	**27.8**
SCN	5	1	15	**21**	**61.7**
Télé-Québec	–	22	–	**22**	**122.5**
TVOntario/TFO	–	8	5	**13**	**77.0**
Pay Television					
Movie Network	–	–	2	**2**	**3.5**
Superchannel	–	–	3	**3**	**15.0**
Specialty Services					
Bravo!	–	6	5	**11**	**12.0**
Canal D	–	3	3	**6**	**41.0**
Canal Famille	–	2	1	**3**	**39.0**
Comedy Network	–	–	2	**2**	**12.0**
Discovery Channel (The)	–	–	6	**6**	**43.0**
History Television	–	–	6	**6**	**13.5**
Life Network (The)	–	–	5	**5**	**29.0**
Teletoon	–	–	1	**1**	**6.5**
TV5	–	13	2	**15**	**19.5**
Vision TV	2	1	16	**19**	**33.2**
WTN	1	–	8	**9**	**21.5**
YTV	–	–	9	**9**	**65.5**
Subtotal	30	66	138	**234**	**908.6**
PUBLIC SECTOR					
CBC network and regional stations	–	3	55	**58**	**158.2**
CBC Newsworld	–	–	1	**1**	**1.0**
RC network and regional stations	–	47	2	**49**	**180.3**
RDI – le réseau de l'information	–	1	1	**2**	**7.5**
Subtotal	0	51	59	**110**	**347.0**
TOTAL	30	117	197	**344**	**1,255.6**

The participation of more than one broadcaster in the same project contributed to increased viewer access to Canadian programming. Thus, in 1999-2000, the 216 financed projects totalled 344 broadcast projects, and the 885.2 hours of production represented 1,255.6 hours of broadcasting.

FEATURE
FILM

TELEFILM CANADA'S FEATURE FILM FUND

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

	Number of Projects*	Total Budgets** In thousands of dollars	Telefilm Canada In thousands of dollars	Linguistic Breakdown %
FRENCH				
Production	12	26,616	5,290	
Amendments – production***	–	–	50	
Subtotal	12	26,616	5,340	
Scriptwriting and development	28	1,699	520	
Amendments – development***	–	–	129	
Subtotal	28	1,699	649	
Subtotal – French	**40**	**28,315**	**5,989**	**35.9**
ENGLISH				
Production	12	38,084	8,859	
Amendments – production***	–	–	305	
Subtotal	12	38,084	9,164	
Scriptwriting and development	74	3,248	1,036	
Amendments – development***	–	–	487	
Subtotal	74	3,248	1,522	
Subtotal – English	**86**	**41,332**	**10,686**	**64.1**
TOTAL	**126**	**69,647**	**16,675**	**100.0**

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.

** Includes total co-production budgets.

*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Since 1986, Telefilm Canada's Feature Film Fund (FFF) has been the principal public-sector instrument for leveraging Canadian film financing. Nearly 300 features have been made with Fund support, many of which have become classics of Canada's cultural heritage. The Feature Film Fund supports quality, diversity and originality and fosters creativity on a national scale.

A Fruitful Year

Fiscal 1999-2000 was exceptionally fruitful, with 24 productions and 102 development projects, compared to 21 productions and 85 development projects the previous year. The combined budgets of the 126 projects totalled close to $70 million, counting the foreign share ($17 million) of financing in co-productions where Canada is a minority partner. These results clearly reflect the film industry's vitality and creative force from coast to coast.

Telefilm Canada supports Canadian cinema by means of other funds and programs, as well. Altogether, the Corporation assisted the production of 46 features for theatrical release, many of which will also be aired on television in accordance with the rules of the Canadian Television Fund's Equity Investment Program, which Telefilm administers. Further details can be found under *Feature Films* in the *1999-2000 Highlights* section.

2000 Genie Awards: Telefilm Canada's Investments Pay Off in Pride!

The Genie Award Gala illustrates the vitality of Canadian cinema and the immense talent of its artisans. Nine features financed by Telefilm carried off 13 Genie Awards in January 2000, among them Best Motion Picture (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamori), Achievement in Direction (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), Original Screenplay (*Post Mortem*, Louis Bélanger) and the Golden Reel Award (*Les Boys II*, Melenny Productions). Other winners include *eXistenZ* by David Cronenberg, *Souvenirs intimes* by Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* by George Bloomfield, *Dog Park* by Bruce McCulloch and *The Life Before This* by Jerry Ciccoritti.

Development and Scriptwriting Boom in the Prairies and the Atlantic Region

A good script is a passport to quality and success, and in this respect, Telefilm Canada is a proven frontline partner to the industry. In 1999-2000, the Corporation provided 31% of overall development project budgets totalling $4.9 million. Most of this year's projects came from small and medium-sized companies, primarily as a result of Telefilm's June 1999 announcement that development resources would be reserved exclusively for such companies from that time on.

The Feature Film Fund supported 29 projects from Montréal and 32 from Toronto, for a total of 66% of its resources. It also assisted 13 projects from British Columbia, 12 from the Prairies, 14 from the Atlantic region and 2 from different regions of Quebec and Ontario. The increase in the number of Prairie and Atlantic projects speaks to the vigour of the producers in those regions.

THE PERFECT SON
A Lighthouse Pictures/New Real Films
Estranged brothers Ryan and Theo meet again after their father's funeral. When Theo learns that Ryan is about to die, an intimate and unexpectedly humorous bond develops between them. Italian rights to this debut feature have been sold to Eagle Pictures; Equinox Entertainment is handling Canadian distribution.

Production: FFF Provides 30% of Costs for 24 Feature Films

Importance of Other Government Financing Sources

Due to feature film development and production cycles, the project line-up varies each year in terms of the number of projects and their budgets, the scope of co-productions and the participation of different financing sources.

This year, the Fund's contribution played a particularly decisive role, accounting for 30% of the year's production costs ($14.1 million), compared to 21% in 1998-99. Overall, the 1999-2000 budgets were lower than in 1998-99, as the Corporation supported many debut features from emerging filmmakers.

Several projects were also assisted through other Telefilm funds and programs for a total of $2 million, bringing the Corporation's contribution to this year's projects to nearly 34%. Robert Lepage's *Possible Worlds* and John Fawcett's *Ginger Snaps*, for instance, received both FFF and EIP assistance.

Other government sources accounted for close to 31% of production costs, compared to 15% in 1998-99. Half of this amount was provided in the form of tax credits. Telefilm Canada is pleased to have joined with the National Film Board of Canada,

Great Names of Canadian Cinema

Since 1986, through the FFF, Telefilm Canada has supported the careers of filmmakers such as Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald and Anne Wheeler. Their work and that of dozens of other talented filmmakers has provided Canadian and foreign audiences with images, stories and characters of unique quality.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Since 1986, Telefilm Canada's Feature Film Fund (FFF) has been the principal public-sector instrument for leveraging Canadian film financing. Nearly 300 features have been made with Fund support, many of which have become classics of Canada's cultural heritage. The Feature Film Fund supports quality, diversity and originality and fosters creativity on a national scale.

A Fruitful Year

Fiscal 1999-2000 was exceptionally fruitful, with 24 productions and 102 development projects, compared to 21 productions and 85 development projects the previous year. The combined budgets of the 126 projects totalled close to $70 million, counting the foreign share ($17 million) of financing in co-productions where Canada is a minority partner. These results clearly reflect the film industry's vitality and creative force from coast to coast.

Telefilm Canada supports Canadian cinema by means of other funds and programs, as well. Altogether, the Corporation assisted the production of 46 features for theatrical release, many of which will also be aired on television in accordance with the rules of the Canadian Television Fund's Equity Investment Program, which Telefilm administers. Further details can be found under *Feature Films* in the 1999-2000 *Highlights* section.

2000 Genie Awards: Telefilm Canada's Investments Pay Off in Pride!

The Genie Award Gala illustrates the vitality of Canadian cinema and the immense talent of its artisans. Nine features financed by Telefilm carried off 13 Genie Awards in January 2000, among them Best Motion Picture (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamori), Achievement in Direction (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), Original Screenplay (*Post Mortem*, Louis Bélanger) and the Golden Reel Award (*Les Boys II*, Melenny Productions). Other winners include *eXistenZ* by David Cronenberg, *Souvenirs intimes* by Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* by George Bloomfield, *Dog Park* by Bruce McCulloch and *The Life Before This* by Jerry Ciccoritti.

Development and Scriptwriting Boom in the Prairies and the Atlantic Region

A good script is a passport to quality and success, and in this respect, Telefilm Canada is a proven frontline partner to the industry. In 1999-2000, the Corporation provided 31% of overall development project budgets totalling $4.9 million. Most of this year's projects came from small and medium-sized companies, primarily as a result of Telefilm's June 1999 announcement that development resources would be reserved exclusively for such companies from that time on.

The Feature Film Fund supported 29 projects from Montréal and 32 from Toronto, for a total of 66% of its resources. It also assisted 13 projects from British Columbia, 12 from the Prairies, 14 from the Atlantic region and 2 from different regions of Quebec and Ontario. The increase in the number of Prairie and Atlantic projects speaks to the vigour of the producers in those regions.

THE PERFECT SON
d. Leonard Farlinger
New Real Films
Estranged brothers Ryan and Theo meet again after their father's funeral. When Theo learns that Ryan is about to die, an intimate and unexpectedly humorous bond develops between them. Italian rights to this debut feature have been sold to Eagle Pictures; Equinox Entertainment is handling Canadian distribution.

Production: FFF Provides 30% of Costs for 24 Feature Films

Importance of Other Government Financing Sources

Due to feature film development and production cycles, the project line-up varies each year in terms of the number of projects and their budgets, the scope of co-productions and the participation of different financing sources.

This year, the Fund's contribution played a particularly decisive role, accounting for 30% of the year's production costs ($14.1 million), compared to 21% in 1998-99. Overall, the 1999-2000 budgets were lower than in 1998-99, as the Corporation supported many debut features from emerging filmmakers.

Several projects were also assisted through other Telefilm funds and programs for a total of $2 million, bringing the Corporation's contribution to this year's projects to nearly 34%. Robert Lepage's *Possible Worlds* and John Fawcett's *Ginger Snaps*, for instance, received both FFF and EIP assistance.

Other government sources accounted for close to 31% of production costs, compared to 15% in 1998-99. Half of this amount was provided in the form of tax credits. Telefilm Canada is pleased to have joined with the National Film Board of Canada,

Great Names of Canadian Cinema

Since 1986, through the FFF, Telefilm Canada has supported the careers of filmmakers such as Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald and Anne Wheeler. Their work and that of dozens of other talented filmmakers has provided Canadian and foreign audiences with images, stories and characters of unique quality.

THE LAW OF ENCLOSURES
d: John Greyson
Pluck Inc /
Buffalo Gal Pictures, c.
Beatrice and Henry a..e inexplicably and impossibly stuck in 1991, the year of the Gulf War. For 40 years, they have been prisoners of their marriage — and of the war, which rages on TV from the moment they meet to the hour of their death.

the Canada Council for the Arts, the governments of Manitoba, Quebec, British Columbia and Ontario and other provincial agencies in supporting the production of feature films.

A number of these projects are interprovincial co-productions involving multiple companies, which facilitated their financing. Among others they include *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* and *Saint-Jude*.

Broadcaster participation remained virtually unchanged this year, while support from private assistance funds played a greater role in feature film financing. Canadian distributors and foreign participants, for their part, once again proved to be crucial partners in the growth and development of Canadian film.

Regional and Linguistic Breakdown

The resources of the FFF were allocated equitably between productions in French (36%) and those in English (64%). The Fund contributed to the development of production in linguistic minority situations through its participation in two English-language projects made in Montréal, *The Favourite Game* and *Eisenstein*.

Twenty-three percent of the Fund's resources went to regional production; this is approximately equivalent to the recent-year average. Of note here are two major co-productions from British Columbia: *On the Nose* (United Kingdom/Ireland) and *Lunch with Charles*, co-produced with Hong Kong.

Each year the Fund encourages up-and-coming talent by financing first features. In past, it has enabled young directors like Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean and Mina Shum to make impressive silver screen débuts. 1999-2000 saw the start of promising feature film careers by names to watch for in future, such as Claude Demers (*L'Invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Kanadiana*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) and Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).

No productions from the Atlantic region were funded through the FFF this year, but mention should be made of three features financed through other Telefilm funds: *Violet* and *The Bingo Robbers* (Newfoundland), and *Parsley Days* (Nova Scotia). In addition, 14 development projects from the region were undertaken with FFF support, promising productive filmmaking years ahead in Atlantic Canada.

Seven Co-productions with Seven Countries

Four co-productions were financed with France and other partner countries: *Des chiens dans la neige* (France), *Desire* (Germany-France), *En vacances* (France-Belgium) and *Une petite fête* (Belgium/France). *Eisenstein* was produced with Germany, *On the Nose*

ON THE NOSE
d: David Caffrey
Cadence Entertainment Inc.
Subotica Entertainment Ltd.
The first Canada-Ireland co-production, this feature follows the adventures of Brendan, a porter at the Dublin Medical College plagued by financial strains and a gambler's sordid past. Never one to crumble or falter under stress, he hatches a scheme to get rich by picking the winning horse at the local races.

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
FRENCH	9,720	44.5	7,447	48.0	11,334	54.0
ENGLISH	12,116	55.5	8,065	52.0	9,666	46.0
TOTAL	21,836	100.0	15,512	100.0	21,000	100.0

THE LAW OF ENCLOSURES
d. John Greyson
Pluck Inc./
Buffalo Gal Pictures Inc.
Beatrice and Henry are inexplicably and impossibly stuck in 1991, the year of the Gulf War. For 40 years, they have been prisoners of their marriage — and of the war, which rages on TV from the moment they meet to the hour of their death.

the Canada Council for the Arts, the governments of Manitoba, Quebec, British Columbia and Ontario and other provincial agencies in supporting the production of feature films.

A number of these projects are interprovincial co-productions involving multiple companies, which facilitated their financing. Among others they include *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* and *Saint-Jude*.

Broadcaster participation remained virtually unchanged this year, while support from private assistance funds played a greater role in feature film financing. Canadian distributors and foreign participants, for their part, once again proved to be crucial partners in the growth and development of Canadian film.

Regional and Linguistic Breakdown

The resources of the FFF were allocated equitably between productions in French (36%) and those in English (64%). The Fund contributed to the development of production in linguistic minority situations through its participation in two English-language projects made in Montréal, *The Favourite Game* and *Eisenstein*.

Twenty-three percent of the Fund's resources went to regional production; this is approximately equivalent to the recent-year average. Of note here are two major co-productions from British Columbia: *On the Nose* (United Kingdom/Ireland) and *Lunch with Charles*, co-produced with Hong Kong.

ON THE NOSE
d. David Caffrey
Cadence Entertainment Inc./
Subotica Entertainment Ltd.
The first Canada-Ireland co-production, this feature follows the adventures of Brendan, a porter at the Dublin Medical College plagued by financial strains and a gambler's sordid past. Never one to crumble or falter under stress, he hatches a scheme to get rich by picking the winning horse at the local races.

Each year the Fund encourages up-and-coming talent by financing first features. In past, it has enabled young directors like Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean and Mina Shum to make impressive silver screen débuts. 1999-2000 saw the start of promising feature film careers by names to watch for in future, such as Claude Demers (*L'Invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Konadisa*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) and Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).

No productions from the Atlantic region were funded through the FFF this year, but mention should be made of three features financed through other Telefilm funds: *Violet* and *The Bingo Robbers* (Newfoundland), and *Parsley Days* (Nova Scotia). In addition, 14 development projects from the region were undertaken with FFF support, promising productive filmmaking years ahead in Atlantic Canada.

Seven Co-productions with Seven Countries

Four co-productions were financed with France and other partner countries: *Des chiens dans la neige* (France), *Desire* (Germany-France), *En vacances* (France-Belgium) and *Une petite fête* (Belgium/France). *Eisenstein* was produced with Germany, *On the Nose*

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	9,720	44.5	7,447	48.0	11,334	54.0
ENGLISH	12,116	55.5	8,065	52.0	9,666	46.0
TOTAL	21,836	100.0	15,512	100.0	21,000	100.0

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed productions contracts through the Feature Film Fund

Location	Number of Projects*	Budgets**	Telefilm Canada Contribution	
		In thousands of dollars	In thousands of dollars	% of budgets
Montréal	13	22,305	**6,365**	**28.5**
Toronto	6	18,234	**4,735**	**26.0**
Subtotal	19	40,539	**11,100**	**27.4**
British Columbia	2	5,053	**2,250**	**44.5**
Alberta	1	715	**336**	**47.0**
Saskatchewan	–	–	**0**	**0.0**
Manitoba	1	273	**138**	**50.5**
Ontario (excluding Toronto)	–	–	**0**	**0.0**
Quebec (excluding Montréal)	1	1,075	**325**	**30.2**
New Brunswick	–	–	**0**	**0.0**
Nova Scotia	–	–	**0**	**0.0**
Prince Edward Island	–	–	**0**	**0.0**
Newfoundland	–	–	**0**	**0.0**
Subtotal	5	7,116	**3,049**	**42.8**
TOTAL	24	47,654	**14,149**	**29.7**

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.

** Does not include the foreign share ($17,045,317) of co-production budgets in which Canada is a minority partner.

KANADIANA
d. Jon Einarsson Gustafsson
Kanadiana Inc.
Christie, an aspiring screenwriter, heads for an isolated cabin to cure herself of writer's block. Along the way, she crosses paths with two brothers, a stolen and now-missing envelope... and the RCMP. This debut feature will be released in Canada in the fall.

with the United Kingdom and Ireland, and *Lunch with Charles* with Hong Kong.

The seven films included one fifty-fifty co-production, one majority Canadian co-production and five in which the Canadian partners have minority status. The combined budgets of the seven films amounted to $29 million. Telefilm Canada provided 38% of the Canadian share.

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1993-2000	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
7,560	34.8	6,464	39.5	7,139	34.5	5,989	35.9	**55,653**	**41.6**
14,152	65.2	9,921	60.5	13,545	65.5	10,686	64.1	**78,151**	**58.4**
21,712	100.0	16,385	100.0	20,684	100.0	16,675	100.0	**133,804**	**100.0**

ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only - Projects contracted

	Number of Projects*	Total Budgets	Budgets**	Téléfilm Canada					
				Feature Film Fund		CTF - Equity Investment Program		Other Funds (Mini-treaties and PRSP)	
		In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
FRENCH	12	26,616	**17,760**	**5,290**	**29.8**	–	0.0	293	1.7
ENGLISH	12	38,084	**29,895**	**8,859**	**29.6**	1,663	5.6	–	0.0
TOTAL	24	64,700	**47,654**	**14,149**	**29.7**	1,663	3.5	293	0.6

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.

** Does not include the foreign share ($17,045,317) of co-production budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

DISTRIBUTORS

Financial participation – Production only

	Total	
	In thousands of dollars	%
FRENCH	**1,660**	**9.3**
ENGLISH	**4,426**	**14.8**
TOTAL	**6,086**	**12.8**

PRIVATE SECTOR

Financial participation – Production only

	Total		Producers and Producer-related	Private Assistance Funds	Private Investors	Sponsors	Others
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**1,539**	**8.7**	900	639	–	–	–
ENGLISH	**5,151**	**17.2**	2,589	2,562	–	–	–
TOTAL	**6,690**	**14.0**	3,489	3,201	0	0	0

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

	Total		Federal Agencies		
			NFB	Canada Council	Federal Tax Credit
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**8,367**	**47.1**	24	117	410
ENGLISH	**6,228**	**20.8**	–	15	1,255
TOTAL	**14,596**	**30.6**	24	132	1,665

Distributors		Private Sector		Other Government Sources		Broadcasters		Foreign Participants	
In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	%
1,660	9.3	1,539	8.7	8,367	47.1	356	2.0	254	1.4
4,426	14.8	5,151	17.2	6,228	20.8	945	3.2	2,623	8.8
6,086	12.8	6,690	14.0	14,596	30.6	1,301	2.7	2,877	6.0

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation - Production only

	Total		Co-producers	Distributors	Broadcasters
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**254**	**1.4**	–	–	254
ENGLISH	**2,623**	**8.8**	2,024	150	449
TOTAL	**2,877**	**6.0**	2,024	150	703

BROADCASTERS

Financial participation - Production only

	Total		Broadcasters	Pay Television
	In thousands of dollars	%	In thousands of dollars	In thousands of dollars
FRENCH	**356**	**2.0**	356	–
ENGLISH	**945**	**3.2**	75	870
TOTAL	**1,301**	**2.7**	431	870

Manitoba Tax Credit	Quebec Tax Credit	Ontario Tax Credit	SODEC	British Columbia Film	Provincial Agencies Others
In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars	In thousands of dollars
–	3,428	–	4,380	–	8
465	1,239	628	1,865	200	561
465	4,667	628	6,245	200	569

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Canada's feature film development policy is currently under revision. Telefilm Canada, the Department of Canadian Heritage and the industry are seeking to establish a comprehensive policy that will encompass the production, distribution and marketing sectors. A major goal is to enhance the visibility of Canadian films and reach broader audiences.

LA VIE APRÈS L'AMOUR
d. Gabriel Pelletier
Max Films
Shown on more than 70 screens across Quebec, this comedy of manners was the biggest hit of the 2000 summer movie season. A subtitled English version was also screened during the *Just for Laughs* international comedy festival in Montreal.

Since 1988, the financial resources of the Feature Film Distribution Fund have been used to this end. The Fund plays a role at different stages in the life of a feature film by supporting various distributor activities, from the acquisition of distribution rights (minimum guarantees against future receipts) through to theatrical launch and promotion.

Canadian cinema faces stiff competition that requires the collaborative efforts of all segments of the industry. Telefilm especially encourages greater synergy between producers and distributors at the earliest possible time in a project's development. Such combined action is crucial to establishing marketing strategies that capture the attention of well-defined target audiences.

Overall, the Fund supported the acquisition of distribution rights for 41 features and contributed to marketing operations for the theatrical launch of 24 films.

Credit Lines in Keeping with Corporate Performance

The Fund provides distribution companies with lines of credit based on their performance, which is measured in terms of the amounts recouped by Telefilm and box-office receipts. It includes two components. The Principal Fund is available to experienced companies that maintain steady activity in distributing Canadian productions. The Contingency Fund supports recently established companies and those that handle Canadian features to a lesser extent, so as to encourage their corporate development and contribution to the growth of Canadian cinema.

Enhanced Marketing

In 1999-2000, the Fund made commitments totalling $10.9 million in support of the activities of 10 distribution companies. Disbursements for the year amounted to $11 million: $8.2 million for new projects, composed of $5.1 million in minimum guarantees paid to producers, $3 million for marketing activities and $125,000 for corporate loans. A further amount of $2.8 million went to cover commitment changes and payments against previous-year contracts.

More and more, feature film producers and distributors are using test marketing and screenings to try out their products on various audiences. Product promotion is being diversified and updated, and an increasing number of movies now have a website. This is true for 35% of films made in Montréal, and most marketing plans for 2000-01 include this technology.

It bears noting that this year, for the first time, more than 30% of the Fund's resources for new projects was allocated for marketing, a clear indication of the distributors' determination to focus their efforts on promotion. Marketing activities include the production of trailers, ad campaigns (including TV spots), print costs, director and star promotional travel, publicists, test screenings, test marketing and website design and construction.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Canada's feature film development policy is currently under revision. Telefilm Canada, the Department of Canadian Heritage and the industry are seeking to establish a comprehensive policy that will encompass the production, distribution and marketing sectors. A major goal is to enhance the visibility of Canadian films and reach broader audiences.

LA VIE APRÈS L'AMOUR
d. Gabriel Pelletier
Max Films
Shown on more than 70 screens across Quebec, this comedy of manners was the biggest hit of the 2000 summer movie season. A subtitled English version was also screened during the *Just for Laughs* international comedy festival in Montréal.

Since 1988, the financial resources of the Feature Film Distribution Fund have been used to this end. The Fund plays a role at different stages in the life of a feature film by supporting various distributor activities, from the acquisition of distribution rights (minimum guarantees against future receipts) through to theatrical launch and promotion.

Canadian cinema faces stiff competition that requires the collaborative efforts of all segments of the industry. Telefilm especially encourages greater synergy between producers and distributors at the earliest possible time in a project's development. Such combined action is crucial to establishing marketing strategies that capture the attention of well-defined target audiences.

Overall, the Fund supported the acquisition of distribution rights for 41 features and contributed to marketing operations for the theatrical launch of 24 films.

Credit Lines in Keeping with Corporate Performance

The Fund provides distribution companies with lines of credit based on their performance, which is measured in terms of the amounts recouped by Telefilm and box-office receipts. It includes two components. The Principal Fund is available to experienced companies that maintain steady activity in distributing Canadian productions. The Contingency Fund supports recently established companies and those that handle Canadian features to a lesser extent, so as to encourage their corporate development and contribution to the growth of Canadian cinema.

Enhanced Marketing

In 1999-2000, the Fund made commitments totalling $10.9 million in support of the activities of 10 distribution companies. Disbursements for the year amounted to $11 million: $8.2 million for new projects, composed of $5.1 million in minimum guarantees paid to producers, $3 million for marketing activities and $125,000 for corporate loans. A further amount of $2.8 million went to cover commitment changes and payments against previous-year contracts.

More and more, feature film producers and distributors are using test marketing and screenings to try out their products on various audiences. Product promotion is being diversified and updated, and an increasing number of movies now have a website. This is true for 35% of films made in Montréal, and most marketing plans for 2000-01 include this technology.

It bears noting that this year, for the first time, more than 30% of the Fund's resources for new projects was allocated for marketing, a clear indication of the distributors' determination to focus their efforts on promotion. Marketing activities include the production of trailers, ad campaigns (including TV spots), print costs, director and star promotional travel, publicists, test screenings, test marketing and website design and construction.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Companies that received support

	Principal Fund In thousands of dollars	Contingency Fund In thousands of dollars	Total In thousands of dollars
AVAILABLE FUNDS	10,523	990	11,512
TOTAL	**10,523**	**990**	**11,512**
USE OF FUNDS			
Alliance Releasing/Odeon Films*	2,562	–	2,562
Aska Film Distribution	–	122	122
Compagnie France Film	874	–	874
Film Tonic	805	218	1,023
Films Lions Gate	2,813	–	2,813
Films Seville	1,650	–	1,650
Motion International	933	–	933
Red Sky Entertainment	–	326	326
Remstar Distribution	599	15	614
Société de distribution Cinéma Libre	–	90	90
TOTAL	**10,236**	**771**	**11,007**

* Odeon Films is now part of Alliance Releasing.

MULTIMEDIA
DAYS LEFT

MULTIMEDIA FUND

Project breakdown by component – includes amendments to previous-years commitments

	Number of projects	Budgets	Telefilm Canada Contribution	
		in thousands of dollars	in thousands of dollars	% of budgets
DEVELOPMENT				
French	8	1,629	494	30.3
English	25	3,005	1,255	41.8
Subtotal – Development	**33**	**4,634**	**1,750**	**37.8**
PRODUCTION				
French	6	3,256	954	29.3
English	11	4,912	1,565	31.9
Subtotal – Production	**17**	**8,168**	**2,519**	**30.8**
MARKETING				
French	5	1,432	550	38.4
English	10	2,470	1,043	42.2
Subtotal – Marketing	**15**	**3,901**	**1,593**	**40.8**
TOTAL	**65**	**16,703**	**5,861**	**35.1**

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed multimedia development, production and marketing contracts (includes amendments to previous-years commitments)

Location	Number of projects	Budgets	Telefilm Canada Contribution	
		in thousands of dollars	in thousands of dollars	% of budgets
Montréal	22	7,428	**2,411**	**32.5**
Toronto	12	2,157	**898**	**41.6**
Subtotal	**34**	**9,585**	**3,309**	**34.5**
British Columbia	18	3,768	**1,606**	**42.6**
Alberta	1	225	**100**	**44.5**
Saskatchewan	1	129	**45**	**35.0**
Manitoba	0	0	**0**	**0.0**
Ontario (excluding Toronto)	1	234	**65**	**27.8**
Quebec (excluding Montréal)	4	1,189	**420**	**35.3**
New Brunswick	0	0	**0**	**0.0**
Nova Scotia	5	1,457	**286**	**19.6**
Prince Edward Island	0	0	**0**	**0.0**
Newfoundland	1	117	**30**	**25.6**
Subtotal	**31**	**7,118**	**2,552**	**35.9**
TOTAL	**65**	**16,703**	**5,861**	**35.1**

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

In the area of new media, fiscal 1999-2000 is notable for projects of exceptional quality, diverse themes, strong international market penetration and success on a global scale. Moving into the multimedia field in force, Canadian creators have shown that they are on the leading edge of innovation with respect both to content and new technologies.

With a budget of $30 million spread over five fiscal years, 1998 to 2003, Telefilm Canada's Multimedia Fund contributes to that vitality. During the year, the Fund provided support in the amount of $5.9 million for the development, production and marketing of Canadian multimedia products for the mass market.

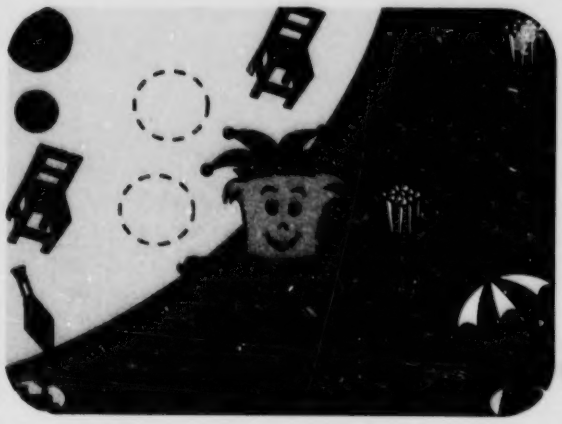
Telefilm administers the Fund as it does its other resources, encouraging high-quality content created by Canadians in all regions, in both English and French, and according special attention to applications from small and medium-sized businesses. The Corporation facilitates access to Canadian multimedia works for domestic audiences and is striving to help Canadian multimedia companies achieve greater stability and solid financial positioning.

1999-2000 Results

The Multimedia Fund participated in the financing of 65 projects with combined budgets of $16.7 million. The Corporation provided 35% of these costs, compared to 33% the previous year. This is higher than Telefilm's contribution to the film and television industry. Multimedia is still a high-risk sector composed of companies that are often undercapitalized and for which a new tradition of public and private partnerships, both Canadian and international, must be created.

The Fund allocated 30% of its commitments to development projects, 43% to production projects and 27% to marketing projects. Since the Fund's inception, more and more projects are completing the development-production-marketing cycle, and as a result, the resources allocated to marketing projects increase each year.

During the year, 66% of overall resources went to projects in English and 34% to projects in French. Regional production was up, accounting for close to 50% of the Fund's resources, but growth remains uneven in Canada's multimedia sector, due chiefly to the differences in incentive measures provided by the various provincial governments.



Montréal and Vancouver stand out as Canada's main production centres and respectively received 41% and 27% of the Fund's available resources. Projects also originated in the Prairie provinces, the Atlantic region and different regions of Quebec and Ontario, reflecting a national interest for new creative technologies.

17 Production Projects

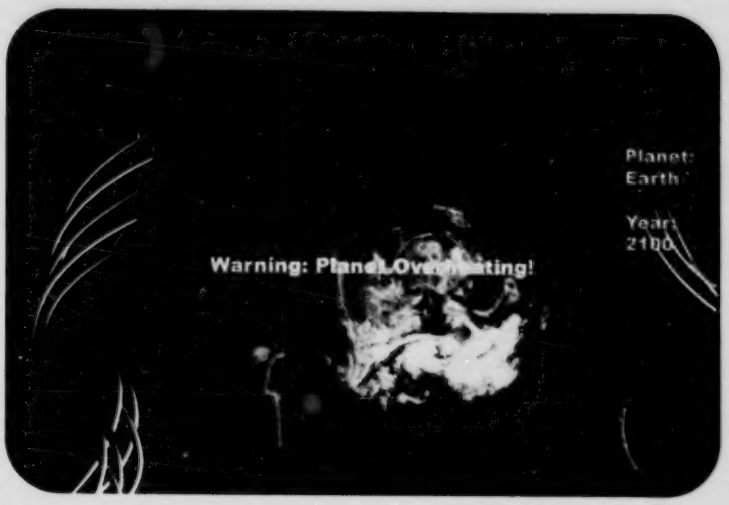
An analysis of the financial structure of this year's 17 production projects reveals that Fund support accounted for 31% of the budgets, with 32% coming from the private sector (producers, distributors, crews, services), 5% from private assistance funds, 18% from federal and provincial tax credits, 9% from federal and provincial organizations and 5% from foreign participants.

1999-2000: Some 100 Companies Access the Fund

The Fund supports a variety of projects: documentaries, reference works, educational and edutainment products, action and strategy games, and websites. The projects funded this year came from some 100 Canadian companies, for the most part specialized in multimedia, but also from film and television producers diversifying their operations, and conventional publishing houses exploring new avenues.

Multimedia Works

Canadian multimedia products are extraordinary machines for travel in time and space, bursting with sounds, images, stories and colours. They enable us to stroll through Canadian history from the year 1500 to the present, amble freely through imaginary museums, visit the world's most exotic countries, unlock the messages and power of the media, create virtual houses, learn about chemistry from ancient times to the atomic era, explore new planets, command entire fleets of intergalactic vessels and, in the end, invent the future!



EARTHMISSION CLIMATE CHANGE STRATEGY GAME

EOA Scientific Systems, Inc.

In the year 2100, earth's climate has literally become too hot for comfort. In this multimedia game (CD-ROM, DVD and website), teen players travel back to 2000 to save their future by learning about the planet's global climate system.

BUDDY BRUSH AND THE PAINTED CIRCUS

ITP Entertainment

Since the launch of the much-praised Buddy Brush CD-ROM series in 1999, ITP Entertainment has signed licensing agreements with eight international publishing partners, including Italy, Hong Kong, Israel and Japan. ITP has also signed a distribution deal with Discovery Toys, a leading retailer of educational products for children in North America.

In the area of new media, fiscal 1999-2000 is notable for projects of exceptional quality, diverse themes, strong international market penetration and success on a global scale. Moving into the multimedia field in force, Canadian creators have shown that they are on the leading edge of innovation with respect both to content and new technologies.

With a budget of $30 million spread over five fiscal years, 1998 to 2003, Telefilm Canada's Multimedia Fund contributes to that vitality. During the year, the Fund provided support in the amount of $5.9 million for the development, production and marketing of Canadian multimedia products for the mass market.

Telefilm administers the Fund as it does its other resources, encouraging high-quality content created by Canadians in all regions, in both English and French, and according special attention to applications from small and medium-sized businesses. The Corporation facilitates access to Canadian multimedia works for domestic audiences and is striving to help Canadian multimedia companies achieve greater stability and solid financial positioning.

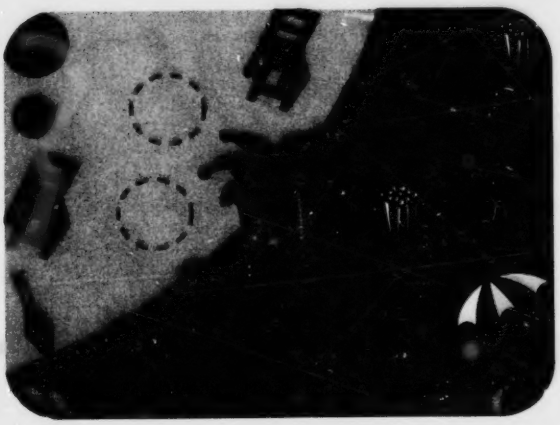
1999-2000 Results

The Multimedia Fund participated in the financing of 65 projects with combined budgets of $16.7 million. The Corporation provided 35% of these costs, compared to 33% the previous year. This is higher than Telefilm's contribution to the film and television industry. Multimedia is still a high-risk sector composed of companies that are often undercapitalized and for which a new tradition of public and private partnerships, both Canadian and international, must be created.

The Fund allocated 30% of its commitments to development projects, 43% to production projects and 27% to marketing projects. Since the Fund's inception, more and more projects are completing the development-production-marketing cycle, and as a result, the resources allocated to marketing projects increase each year.

During the year, 66% of overall resources went to projects in English and 34% to projects in French. Regional production was up, accounting for close to 50% of the Fund's resources, but growth remains uneven in Canada's multimedia sector, due chiefly to the differences in incentive measures provided by the various provincial governments.

Montréal and Vancouver stand out as Canada's main production centres and respectively received 41% and 27% of the Fund's available resources. Projects also originated in the Prairie provinces, the Atlantic region and different regions of Quebec and Ontario, reflecting a national interest for new creative technologies.



Multimedia Works

Canadian multimedia products are extraordinary machines for travel in time and space, bursting with sounds, images, stories and colours. They enable us to stroll through Canadian history from the year 1500 to the present, amble freely through imaginary museums, visit the world's most exotic countries, unlock the messages and power of the media, create virtual houses, learn about chemistry from ancient times to the atomic era, explore new planets, command entire fleets of intergalactic vessels and, in the end, invent the future!

EARTHMISSION CLIMATE CHANGE STRATEGY GAME
EOA Scientific Systems, Inc.
In the year 2100, earth's climate has literally become too hot for comfort. In this multimedia game (CD-ROM, DVD and website), teen players travel back to 2000 to save their future by learning about the planet's global climate system.

17 Production Projects

An analysis of the financial structure of this year's 17 production projects reveals that Fund support accounted for 31% of the budgets, with 32% coming from the private sector (producers, distributors, crews, services), 5% from private assistance funds, 18% from federal and provincial tax credits, 9% from federal and provincial organizations and 5% from foreign participants.

1999-2000: Some 100 Companies Access the Fund

The Fund supports a variety of projects: documentaries, reference works, educational and edutainment products, action and strategy games, and websites. The projects funded this year came from some 100 Canadian companies, for the most part specialized in multimedia, but also from film and television producers diversifying their operations, and conventional publishing houses exploring new avenues.

BUDDY BRUSH AND THE PAINTED CIRCUS
ITP Entertainment
Since the launch of the much-praised *Buddy Brush* CD-ROM series in 1999, ITP Entertainment has signed licensing agreements with eight international publishing partners, including Italy, Hong Kong, Israel and Japan. ITP has also signed a distribution deal with Discovery Toys, a leading retailer of educational products for children in North America.

NIKOLAI'S TREATS
H+a
The highly successful Nikolai's Adventures series, which began as a CD-ROM project in 1994, now includes eight disks and a website. CBS in the United States features the Nikolai brand on its CBS Kidshow Online website.

A New National Alliance

1999-2000 saw the foundation of IMPAC, a national alliance of multimedia associations that speaks to the vitality of the multimedia industry. During the year, new communications instruments were developed, including directories, guides, magazines and websites, illustrating the scope, know-how and challenges of an industry that includes more than 1,000 companies throughout Canada.

Many projects are designed specifically for children, enabling young consumers to discover the new media through Canadian cultural products that encourage learning, stimulate their imagination and whet their appetite for exploration.

MONSTER BY MISTAKE - ONLINE ADVENTURE/ MONSTRE PAR ERREUR - L'AVENTURE EN LIGNE
Cambium Entertainment/ Catapult Productions
Since its debut in the fall of 1999, this highly interactive website for kids has had more than 2.2 million hits. The site has received several awards, including, most recently, the Intermedia-globe Gold Award for best website Design at the World Media Festival. It has also received several Golden Internet awards, including the Golden Future Design Award (fall 1999).

Focus on Training and International Development

The Corporation ensures that the multimedia production and distribution industry is competitive on the national and international markets. In 1999-2000, as per its agreement with the Department of Canadian Heritage, Telefilm contributed $500,000 to support various industry activities.

The Corporation's assistance encouraged professional and industrial development in the multimedia sector, principally training, research and promotion activities and publications by multimedia professionals. Support was also provided for corporate development on the international level, with multimedia companies benefiting from Telefilm's logistical and promotional services at international events including MILIA in Cannes, E^3 in Los Angeles, MIM in Montréal and the Atlantic Digital Media Festival (ADMF) in Baddeck, Nova Scotia. In 2000-01, Telefilm will also be present at London's ECTS, a market that will open new doors for Canadian creators, producers and distributors.

Multimedia Specialists at Telefilm Canada

Telefilm Canada makes its multimedia experts' services available to producers and distributors working in the new media field. The multimedia industry also has access to Telefilm's expertise in content, financial and legal analysis, marketing, communications and international relations.

www.telefilm.gc.ca
For further information on Telefilm Canada and the Canadian film, television and multimedia industry

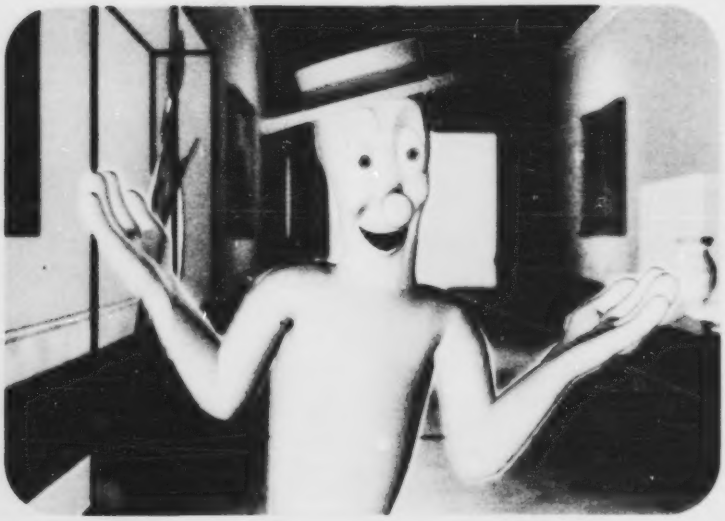
NIKOLAI'S TREATS

The highly successful Nikolai's Adventures series, which began as a CD-ROM project in 1994, now includes eight books and a website. CBS in the United States features the Nikolai brand on its CBS Kidshow Online website.

A New National Alliance

1999-2000 saw the foundation of IMPAC, a national alliance of multimedia associations that speaks to the vitality of the multimedia industry. During the year, new communications instruments were developed, including directories, guides, magazines and websites, illustrating the scope, know-how and challenges of an industry that includes more than 1,000 companies throughout Canada.

Many projects are designed specifically for children, enabling young consumers to discover the new media through Canadian cultural products that encourage learning, stimulate their imagination and whet their appetite for exploration.



MONSTER BY MISTAKE - ONLINE ADVENTURE/ MONSTRE PAR ERREUR - L'AVENTURE EN LIGNE

Canadian children's animation production company Cinar's Cinétoon Productions Inc. Since its debut in the fall of 1999, this highly interactive website for kids has had more than 2.2 million hits. The site has received several awards, including, most recently, the Intermedia globe Gold Award for best website Design at the World Media Festival. It has also received several Golden Internet awards, including the Golden Future Design Award (Fall 1999).

Focus on Training and International Development

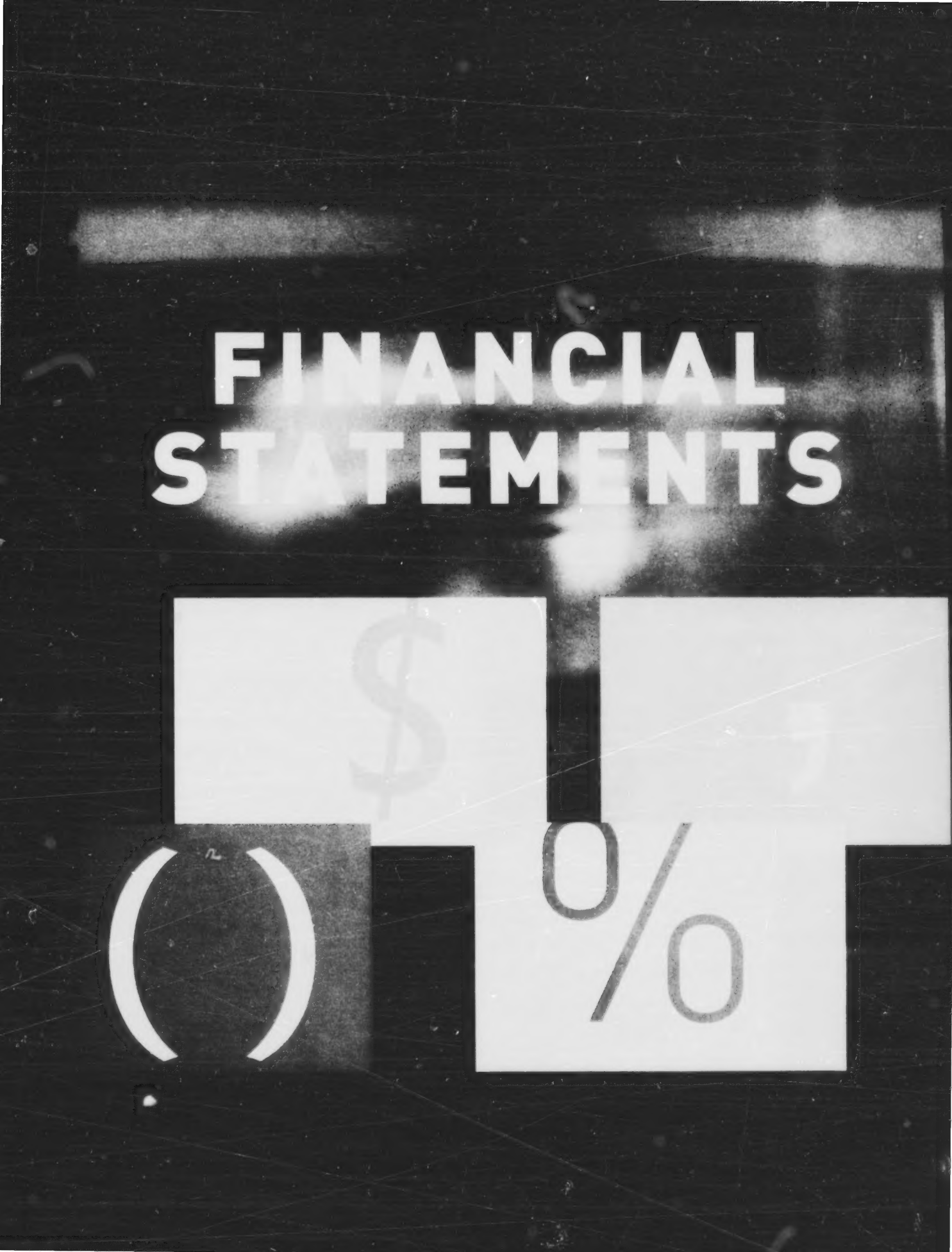
The Corporation ensures that the multimedia production and distribution industry is competitive on the national and international markets. In 1999-2000, as per its agreement with the Department of Canadian Heritage, Telefilm contributed $500,000 to support various industry activities.

The Corporation's assistance encouraged professional and industrial development in the multimedia sector, principally training, research and promotion activities and publications by multimedia professionals. Support was also provided for corporate development on the international level, with multimedia companies benefiting from Telefilm's logistical and promotional services at international events including MILIA in Cannes, E^3 in Los Angeles, MIM in Montréal and the Atlantic Digital Media Festival (ADMF) in Baddeck, Nova Scotia. In 2000-01, Telefilm will also be present at London's ECTS, a market that will open new doors for Canadian creators, producers and distributors.

Multimedia Specialists at Telefilm Canada

Telefilm Canada makes its multimedia experts' services available to producers and distributors working in the new media field. The multimedia industry also has access to Telefilm's expertise in content, financial and legal analysis, marketing, communications and international relations.

www.telefilm.gc.ca
For further information on Telefilm Canada and the Canadian film, television and multimedia industry.

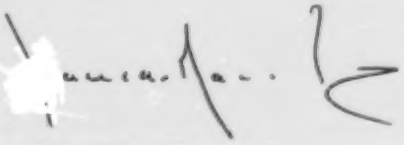

FINANCIAL
STATEMENTS

The financial statements of the Canadian Film Development Corporation are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors of the Corporation. The financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles and, where appropriate, include estimates based on the experience and judgement of management. Management is also responsible for all other information in the annual report and for ensuring that this information is consistent with the financial statements.

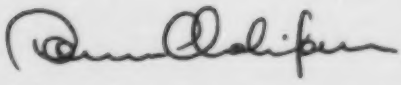
Management maintains books of account, financial and management control, and information systems, together with management practices designed to provide reasonable assurance that reliable and relevant information is available on a timely basis, that assets are safeguarded and controlled, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that operations are carried out effectively. These systems and practices are also designed to provide reasonable assurance that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and its regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws and policies of the Corporation.

The Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfils its responsibilities for financial reporting as stated above. The Board exercises its responsibilities through the Audit and Finance Committee, which consists of directors who are not officers of the Corporation. The Committee reviews the quarterly financial statements, as well as the annual financial statements and related reports; the Committee meets with the external auditors annually and, may make recommendations to the Board of Directors with respect to these and/or related matters.

The external auditor, the Auditor General of Canada, conducts an independent examination of the financial statements and reports to the Corporation and to the minister Designate of Canadian Heritage.



François Macerola
Executive Director



Danny Chalifour
Director, Finance and Administration

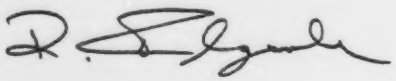
Montreal, Canada
May 26, 2000

I have audited the balance sheet of the Canadian Film Development Corporation as at March 31, 2000, and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2000, and the results of its operations and its cash flow for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles. As required by the *Canadian Film Development Corporation Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, proper books of account have been kept by the Corporation and the financial statements are in agreement therewith and the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws of the Corporation.



Richard Flageole, FCA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 26, 2000

BALANCE SHEET

March 31, 2000, with comparative figures for 1999

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
ASSETS		
Current assets		
Receivable from Canada (note 3)	**31,454**	27,777
Loans (note 4)	**1,348**	1,075
Accounts receivable	**4,090**	5,242
Prepaid expenses	**540**	681
	37,432	34,775
Loans (note 4)	**4,399**	5,340
Investments	**109**	109
Capital assets (note 5)	**2,113**	1,816
	44,053	42,040

See accompanying notes to financial statements.

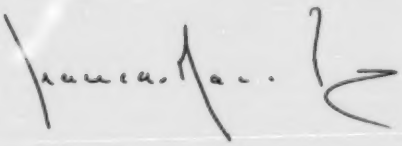
Approved by the Board:

Laurier L. LaPierre, O.C.
Chairman

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA		
Current liabilities		
Accounts payable and accrued liabilities	**7,339**	8,145
Long-term liabilities		
Provision for employee termination benefits	**440**	773
Deferred lease inducements	**879**	83
Deferred capital funding (note 6)	**2,113**	1,816
Obligation under operating lease (note 7)	**996**	–
	4,428	2,672
Equity of Canada	**32,286**	31,223
Commitments (note 12)		
Contingencies (note 14)		
	44,053	42,040

See accompanying notes to financial statements.

Approved by Management:



François Macerola
Executive Director

STATEMENT OF OPERATIONS AND EQUITY OF CANADA

Year ended March 31, 2000, with comparative figures for 1999

	Investments (In thousands of dollars)	Recoveries on investments (In thousands of dollars)	2000 Net amount (In thousands of dollars)	1999 Net amount (In thousands of dollars)
ASSISTANCE EXPENSES				
Production and development				
Canadian Television Fund (note 10)	**95,763**	**(11,524)**	**84,239**	97,029
Feature Film Fund	**17,537**	**(3,065)**	**14,472**	17,256
Multimedia	**5,719**	**(298)**	**5,421**	1,103
Production Revenue Sharing Program	**1,702**	**(476)**	**1,226**	985
Official Co-productions	**1,286**	**(437)**	**849**	1,631
Commercial Production Fund	**211**	**(984)**	**(773)**	104
Others	**411**	**(89)**	**322**	329
	122,629	**(16,873)**	**105,756**	118,437
Distribution and marketing				
Feature Film Distribution Fund	**10,007**	**(6,337)**	**3,670**	5,829
National and International Marketing	**1,228**	**(155)**	**1,073**	1,389
	11,235	**(6,492)**	**4,743**	7,218
Versioning and subtitling	**2,087**	**(1,216)**	**871**	851
Complementary activities				
Pre-professional development	**2,285**	**–**	**2,285**	1,300
Industrial and professional development	**1,957**	**–**	**1,957**	1,536
Grants to Canadian festivals	**1,908**	**–**	**1,908**	1,879
Participation in foreign markets	**842**	**–**	**842**	724
Advertising, promotion and publications	**547**	**–**	**547**	457
Participation in foreign festivals	**485**	**–**	**485**	520
Others	**170**	**–**	**170**	183
	8,194	**–**	**8,194**	6,599
	144,145	**(24,581)**	**119,564**	133,105
OPERATING EXPENSES (note 11)			**17,436**	15,770
COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR			**137,000**	148,875
REVENUE				
Interest on loans			**(26)**	(161)
Other interests			**(326)**	(264)
Management fees			**(9)**	(33)
Other contribution (note 9)			**(1,000)**	–
			(1,361)	(458)
NET COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR BEFORE GOVERNMENT ASSISTANCE			**135,639**	148,417
GOVERNMENT ASSISTANCE				
Parliamentary appropriation for operations			**77,605**	78,301
Contributions from the Department of Canadian Heritage (note 9)			**58,099**	64,291
Amortization of deferred capital funding (note 6)			**998**	579
			136,702	143,171
NET PROFIT (LOSS) FROM OPERATIONS			**1,063**	(5,246)
EQUITY OF CANADA AT THE BEGINNING			**31,223**	36,469
EQUITY OF CANADA AT THE END			**32,286**	31,223

See accompanying notes to financial statements.

CASH FLOW STATEMENT

Year ended March 31, 2000, with comparative figures for 1999

	2000 (in thousands of dollars)	1999 (in thousands of dollars)
OPERATING ACTIVITIES		
Net profit (loss) from operations	**1,063**	(5,246)
Adjustments for		
Increase (decrease) in the allowance for loan impairment	**3,756**	(479)
Write-off of loans not previously provisioned	**–**	39
Amortization of capital assets	**446**	529
Loss on disposal of capital assets	**541**	44
Increase (decrease) in the provision for employee termination benefits	**(333)**	16
Increase (decrease) in deferred lease inducements	**796**	(27)
Amortization of deferred capital funding	**(998)**	(579)
Increase of obligation under operating lease	**996**	–
	6,267	(5,703)
Variations in non-working capital cash items		
Decrease (increase) in accounts receivable	**1,152**	(1,329)
Decrease (increase) in prepaid expenses	**141**	(53)
Decrease in accounts payable and accrued liabilities	**(806)**	(3,584)
	6,754	(10,669)
FINANCING ACTIVITIES		
Parliamentary appropriation for capital funding	**1,295**	163
INVESTING ACTIVITIES		
Loans	**(4,649)**	(5,568)
Repayments of loans	**1,561**	5,971
Investments	**–**	(75)
Acquisition of capital assets	**(1,295)**	(163)
Proceeds from disposal of capital assets	**11**	6
	(4,372)	171
INCREASE (DECREASE) IN LIQUIDITY	**3,677**	(10,335)
RECEIVABLE FROM CANADA AT THE BEGINNING (note 3)	**27,777**	38,112
RECEIVABLE FROM CANADA AT THE END (note 3)	**31,454**	27,777

See accompanying notes to financial statements.

1. AUTHORITY AND ACTIVITIES

The Corporation was established in 1967 by the *Canadian Film Development Corporation Act* with the objective of fostering and promoting the development of a feature film industry in Canada. The Corporation has since been charged with the administration of the Canadian Broadcast Program Development Fund (Television Fund) established on July 1, 1983, within the framework of the Broadcasting Strategy for Canada as well as with the management of various new programs established under the National Film and Video Policy of May 1984. The Act was amended in June 1994 to grant the Corporation the authority to guarantee loans.

In September 1996, the Minister of Canadian Heritage created the Canadian Television Fund (CTF). Created to foster a partnership between the government and the industry, this new fund brings together the Corporation's television fund and the cable distributors production fund. Two financial assistance programs constitute the CTF: the Equity Investment Program and the License Fee Program. The Corporation was given responsibility for the management of the Equity Investment Program.

In July 1997, the Corporation was given responsibility for the administration of the funding program in support of pre-professional development and in July 1998, the management of the Multimedia Fund.

The Corporation is a Crown corporation subject inter alia to the provisions of Part VIII of the *Financial Administration Act* as it read before its repeal in 1984 and as if it continued to be named in Schedule C of the Act.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

a) Financing sources of the Corporation

The Corporation obtains its funds mainly from the Government of Canada by means of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage. The portion of the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets is recorded as deferred capital funding on the balance sheet and amortized on the same basis as the related capital assets. The other portion of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canada Heritage are recorded on the Statement of Operations and Equity of Canada.

b) Liquidity and amount receivable from Canada

The financial operations of the Corporation are processed through the Consolidated Revenue Fund of Canada, thus the absence of bank accounts. For the purposes of the financial statements, its liquidity consists of a receivable from Canada. The amount receivable from Canada is comprised of the unused cumulative receipts and the disbursements made after year end and related to current year operations.

c) Investments and allowance for losses

Investments include all forms of assistance granted for feature films and Canadian programming, excluding loans. Investments are accounted for as follows:

- Investments granted in return for a share in exploitation revenues and accompanied by pre-established obligations to reimburse on a term generally not exceeding three years are shown on the balance sheet at their face value, less an allowance for losses. The allowance for losses is determined by examining each investment individually and is charged to operations as assistance expenses.
- Investments granted in return for a share in exploitation revenues other than those accompanied by pre-established obligations to reimburse as well as non-recoverable investments are charged to operations as assistance expenses. These expenses are charged to operations in the year in which the funds are paid or have become payable.
- Recoveries on investments, other than those recognized on the balance sheet, are credited to operations as a reduction of assistance expenses in the year in which the funds are received or have become receivable. Any proceeds in excess of the related investment are accounted for as revenues.

d) Loans and allowance for losses

The Corporation grants loans for the financing of Canadian programming, feature films and new media products. Loans are shown on the balance sheet at the principal amount increased by accrued interest receivable, net of an allowance for impairment. The allowance for losses is determined by examining each loan individually and is charged to operations as assistance expenses. The evaluation is based on the receivables taken as security as well as the borrower's financial situation.

A loan is considered to be impaired as a result of a deterioration in credit quality to the extent that the Corporation no longer has reasonable assurance that the full amount of principal and interest will be collected in accordance with the terms of the loan agreement. When a loan is considered impaired, the carrying amount of the loan is reduced to its estimated realizable value by discounting the expected cash flows at the effective interest rate inherent in the loan.

e) Interest revenue

Interest on loans is recorded as income on an accrual basis except for loans which are considered impaired. When a loan becomes impaired, recognition of interest in accordance with the terms of the original loan agreement ceases.

f) Other interest revenue

Other interest revenue is recognized on an accrual basis and represents the amounts charged on all amounts, other than loans, due to the Corporation, less an allowance for losses. This allowance for losses is determined by examining each amount individually.

g) Capital assets

Capital assets are recorded at cost. Amortization is provided using the following methods and annual rates:

Asset	Basis	Rate
Computer installations	Diminishing-balance	20%
Software	Straight-line	5 years
Furniture and equipment	Diminishing-balance	20%
Leasehold improvements	Straight-line	Terms of the leases

h) Employee termination benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment. The cost of these benefits is expensed in the year in which they are earned by the employees.

i) Pension plan

Admissible employees participate in the superannuation plan administered by the Government of Canada. The employees and the Corporation contribute equally to the cost of the plan. This contribution represents the total liability of the Corporation. Contributions in respect of current services and admissible past services are expensed during the year in which payments are made. The Corporation is not required under present legislation to make contributions with respect to actuarial deficiencies of the Public Service Superannuation Account.

j) Measurement uncertainty

The preparation of financial statements in accordance with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. The allowance for losses on impaired loans, employee termination benefits and contingencies are the most significant items where estimates are used. Actual results could differ from those estimates.

3. RECEIVABLE FROM CANADA

The receivable from Canada includes the following amounts recognized on the balance sheet:

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
Unused cumulative receipts	25,019	19,926
Disbursements made after year end and related to current year operations	6,435	7,851
	31,454	27,777

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES

Loans with a carrying value of $8,394,852 ($5,020,537 in 1999) granted for production and marketing projects in the Multimedia Fund are interest-free loans. Generally these loans are repayable in twelve consecutive equal monthly installments beginning twelve to twenty-four months after the agreed completion date of the project. For other loans, interest charged does not exceed the prime rate plus 2%. The loans have a term generally not exceeding three years.

As at March 31, the loans are detailed as follows:

			2000	1999
	Amount In thousands of dollars	Allowance for losses In thousands of dollars	Net amount In thousands of dollars	Net amount In thousands of dollars
Loans	**5,747**	**–**	**5,747**	6,251
Impaired loans	**4,161**	**(4,161)**	**–**	164
	9,908	**(4,161)**	**5,747**	6,415
Less current portion	**2,676**	**(1,328)**	**1,348**	1,075
Long-term portion	**7,232**	**(2,833)**	**4,399**	5,340

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES (CONTINUED)

The allowance for losses is detailed as follows:

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
Balance at beginning	**525**	1,004
Write-offs	**(120)**	–
Recoveries	**(272)**	(510)
Allowance	**4,028**	31
Balance at end	**4,161**	525

5. CAPITAL ASSETS

	Cost In thousands of dollars	Accumulated amortization In thousands of dollars	2000 Net In thousands of dollars	1999 Net In thousands of dollars
Leasehold improvements	**1,391**	**518**	**873**	314
Software	**3,558**	**2,885**	**673**	496
Computer installations	**2,019**	**1,511**	**508**	784
Furniture and equipment	**1,045**	**986**	**59**	222
	8,013	**5,900**	**2,113**	1,816

6. DEFERRED CAPITAL FUNDING

The amount presented on the balance sheet is detailed as follows:

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
Balance at beginning	**1,816**	2,232
Parliamentary appropriation for capital funding	**1,295**	163
Amortization of deferred capital funding	**(998)**	(579)
Balance at end	**2,113**	1,816

7. OBLIGATION UNDER OPERATING LEASE

In the year ended March 31, 2000, the Corporation ceased using an asset for which a long-term lease was signed. The future net rent payable under this lease has been expensed in the year and set up as liability.

8. CONTRIBUTIONS FROM THE DEPARTMENT OF CANADIAN HERITAGE

The contributions received from the Department of Canadian Heritage are detailed as follows:

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
Canadian Television Fund – Equity Investment Program	**49,775**	57,241
Multimedia	**5,750**	5,750
Pre-professional Development	**2,400**	1,300
Other	**174**	–
	58,099	64,291

9. OTHER CONTRIBUTION

The Corporation received a contribution in the amount of $1,000,000 from the Canadian Television Fund – License Fee Program, representing the financing of Canadian television programming in Aboriginal languages.

10. CANADIAN TELEVISION FUND – EQUITY INVESTMENT PROGRAM

The Equity Investment Program is financed by a contribution from the Department of Canadian Heritage and the annual operating budget of the Corporation. The cost of operations for the program excluding operating expenses is detailed as follows:

	Corporation In thousands of dollars	Department In thousands of dollars	2000 Total In thousands of dollars	1999 Total In thousands of dollars
Investments				
Canadian programming	**47,798**	**39,319**	**87,117**	93,082
Feature films	**–**	**8,646**	**8,646**	16,067
	47,798	**47,965**	**95,763**	109,149
Recoveries on investments	**(8,159)**	**(3,365)**	**(11,524)**	(12,120)
	39,639	**44,600**	**84,239**	97,029

11. OPERATING EXPENSES

	2000 In thousands of dollars	1999 In thousands of dollars
Salaries and employee benefits	**8,490**	8,480
Rent, taxes, heating and electricity	**1,623**	2,141
Professional services	**1,428**	1,440
Office expenses	**1,171**	1,041
Travel	**695**	717
Loss on assets disposal	**541**	44
Amortization	**446**	529
Relocation	**231**	108
Advertising and publications	**206**	279
Telecommunications	**201**	208
Hospitality	**80**	61
Subtotal	**15,112**	15,048
Expenses from the Canadian Television Fund Board	**366**	722
Loss on operating lease (note 7)	**1,958**	–
TOTAL	**17,436**	15,770

12. COMMITMENTS

a) Projects

As at March 31, 2000, the Corporation is contractually committed to advance funds as loans and investments:

	Corporation In thousands of dollars	Department In thousands of dollars	Total In thousands of dollars
Canadian Television Fund			
– Equity Investment Program	**14,098**	**7,980**	22,078
Other programs	**7,158**	**1,829**	8,987
	21,256	**9,809**	31,065

In addition the Corporation has accepted to finance projects that may call for disbursements totaling $319,918. Under the Production Revenue Sharing Program, the Corporation has reserved funds totaling $1,789,048 as at March 31, 2000, for the financing of projects yet to be submitted under certain conditions.

b) Leases

The Corporation has entered into long-term leases for the rental of office space and equipment used in its operations. The aggregate minimum annual rentals payable during subsequent years are as follows:

	Total In thousands of dollars
2001	**2,616**
2002	**2,638**
2003	**2,568**
2004	**1,141**
2005	**672**
2006-2015	**5,379**
	15,014

13. RELATED PARTY TRANSACTIONS

The Corporation is related in terms of common ownership to all Government of Canada created departments, agencies and Crown corporations. The Corporation enters into transactions with these entities in the normal course of business, and they are recorded at exchange value.

14. CONTINGENCIES

The Corporation guarantees the reimbursement of loans or debts incurred by third parties with financial institutions within the loan guarantee program. The total amount of the Corporation's guarantees cannot exceed, at any time, $25,000,000. The interest rate cannot exceed the lending institutions' prime rate plus 2%, and eligible security must be obtained from the borrower. The guarantees as at March 31, 2000 totaled $1,452,379 (1999 – $2,660,961). A provision for losses is recorded when management can estimate that a loss is likely to occur.

In the normal course of business, various claims and lawsuits have been brought against the Corporation. In the opinion of management, the losses, if any, which may result from the settlement of the matters are not likely to be material and accordingly no provision has been made in the accounts of the Corporation. In the event that such expenses were to occur, they would be charged to expense when determined.

15. FAIR VALUE OF FINANCIAL ASSETS AND LIABILITIES

The carrying amounts reported for investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities approximate their fair value due to the relatively short periods to maturity of the instruments.

The following table represents the carrying amounts and fair values of the Corporation's other financial instruments:

	2000		1999	
	Carrying amount In thousands of dollars	Fair value In thousands of dollars	Carrying amount In thousands of dollars	Fair value In thousands of dollars
Short-term loans	**1,348**	**1,236**	1,075	952
Long-term loans	**4,399**	**3,690**	5,340	4,524

The fair values of loans have been established by discounting the future contractual cash flows under current loan arrangements, at discount rates equal to the prevailing market rate of interest for financial instruments having substantially the same terms and characteristics.

16. COMPARATIVE FIGURES

Some of the 1999 comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted for 2000.

RAPPORT ANNUEL
1999-2000

Canada

BUREAUX AU CANADA

MONTRÉAL*
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

TORONTO
2, rue Bloor Ouest
22e étage
Toronto (Ontario)
M4W 3E2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

VANCOUVER
310 – 440, rue Cambie
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 2N5
Téléphone : (604) 666-1566
Télécopieur : (604) 666-7754

HALIFAX
1684, rue Barrington
3e étage
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

OTTAWA
360, rue Albert
Bureau 1560
Ottawa (Ontario)
K1A 0M9
Téléphone : (613) 947-2938
Télécopieur : (613) 947-2537

* Siège social et bureau des opérations du Québec

BUREAU EUROPÉEN

PARIS
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Téléphone : (33.1) 44.18.35.30
Télécopieur : (33.1) 47.05.72.76

▶▶▶ Ce rapport est publié par la direction – communications et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation de la direction – politiques, planification et recherches.

Pour obtenir des exemplaires additionnels, veuillez adresser vos demandes comme suit :
Téléfilm Canada
Direction – communications et affaires publiques
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A5

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Conception graphique :
Agence Code communications

Pelliculage :
Grafix Studio

Impression :
Bowne de Montréal

Membres du Conseil et Direction 4

Lettre à la Ministre 5

Direction et employés cadres 6

Message du président 9

Message du directeur général 13

D'un océan à l'autre 16

Des histoires et des images canadiennes inoubliables 18

Résultats financiers 1999-2000 22
- Engagements
- Capacité d'engagement de Téléfilm Canada

FAITS SAILLANTS **25**

- Téléfilm Canada : au cœur des politiques culturelles canadiennes
- Production et développement
- Rayonnement national et international de l'industrie et des produits canadiens
- Formation et développement professionnel
- Relations internationales

TÉLÉVISION **35**

- Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital

CINÉMA **49**

- Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada
- Fonds d'aide à la distribution de longs métrages

MULTIMÉDIA **59**

- Fonds pour le multimédia

ÉTATS FINANCIERS **63**

Laurier L. LaPierre, O.C.
Président
Ottawa (Ontario)

Jeanine C. Beaubien, O.C.
Vice-présidente
Montréal (Québec)

Elvira Sánchez de Malicki
Présidente
Comité de vérification et des finances
Etobicoke (Ontario)

Bluma Appel
Membre
Toronto (Ontario)

Ron S. Bremner
Membre
Calgary (Alberta)

Sandra Macdonald
Membre d'office
Commissaire du gouvernement
à la cinématographie
Montréal (Québec)

Louise Pelletier
Membre
Montréal (Québec)
Entrée en fonction le 15 mai 2000

François Macerola
Directeur général

Peter Katadotis
Directeur – opérations canadiennes

Danny Chalifour
Directeur – finances et administration

Danielle Dansereau
Directrice – communications
et affaires publiques

Guy DeRepentigny
Directeur – politiques,
planification et recherches

Deborah Drisdell
Directrice – relations internationales

Stella Riggi
Directrice – ressources humaines

John Pelletier
Conseiller juridique général
Secrétaire du Conseil d'administration

Montréal, le 21 juin 2000

L'honorable Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien
Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la Loi sur la *Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 32e rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2000.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

Le président,

Laurier L. LaPierre, O.C.

François Macerola
Directeur général

OPÉRATIONS

Peter Katadotis
Directeur – opérations canadiennes

BUREAU DE MONTRÉAL

Joëlle Levie
Directrice – opérations
Québec

Pierre Even
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages

Michel Pradier
Directeur par intérim – unité d'affaires
– télévision et multimédia

BUREAU DE TORONTO

Karen Franklin
Directrice – opérations
Ontario
Directrice par intérim – unité d'affaires
– télévision

John Fulton
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages et multimédia

BUREAU DE VANCOUVER

Elizabeth Friesen
Directrice – opérations
Région de l'Ouest

John Dippong
Directeur – unité d'affaires
– longs métrages

Lauren Davis
Directrice – unité d'affaires
– télévision

BUREAU DE HALIFAX

Ralph Holt
Directeur – opérations
Région de l'Atlantique

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chalifour
Directeur – finances et administration

Marina Darveau
Contrôleure

Carolle Brabant
Directrice – systèmes,
technologies et gestion des contrats

COMMUNICATIONS ET AFFAIRES PUBLIQUES

Danielle Dansereau
Directrice – communications et
affaires publiques

POLITIQUES, PLANIFICATION ET RECHERCHES

Guy DeRepentigny
Directeur – politiques, planification
et recherches

RELATIONS INTERNATIONALES

Johanne St-Arnauld
Directrice par intérim – relations internationales

Sheila de La Varende
Directrice – bureau européen

RESSOURCES HUMAINES

Stella Riggi
Directrice – ressources humaines

SERVICES JURIDIQUES ET SECRÉTARIAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

John Pelletier
Conseiller juridique général et
secrétaire du conseil d'administration

EN CINÉMA, TÉLÉVISION ET MULTIMÉDIA

Le mandat de Téléfilm Canada
La mission de Téléfilm Canada est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et qui favorise la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

Une contribution de plus de 160 millions de dollars à l'industrie canadienne
Société d'État créée en 1967, Téléfilm Canada a injecté cette année plus de 160 millions de dollars dans le développement et la promotion de l'industrie canadienne. Cette somme provient d'une allocation parlementaire, de contributions du ministère du Patrimoine canadien et de recettes sur les participations financières de la Société.

Lois et protocoles d'entente
Téléfilm Canada relève du ministère du Patrimoine canadien et ses activités reflètent les politiques publiques du gouvernement. Les opérations de la Société sont soumises à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et à la *Loi sur la gestion des finances publiques*, et ses contributions à l'industrie répondent aux exigences du Conseil du Trésor.

La Société doit aussi se conformer aux lois suivantes : *Loi sur les langues officielles*, *Loi sur le multiculturalisme canadien*, *Loi sur l'équité en matière d'emploi*, *Loi de l'impôt sur le revenu*, *Loi sur la protection des renseignements personnels* et *Loi d'accès à l'information*.

Les Fonds et programmes de la Société sont administrés selon les protocoles ou les ententes de contribution signés avec le Ministère. Ils font l'objet d'évaluations statutaires régulières, de même que d'évaluations internes.

Conseil d'administration
Nommé par le gouverneur général en conseil, le conseil de Téléfilm Canada rend compte de son administration dans le rapport annuel dont les états financiers sont vérifiés par le Vérificateur général du Canada. Le conseil d'administration de Téléfilm Canada compte sept membres.

140 employés, cinq bureaux
Les bureaux de la Société à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax offrent un large éventail de services à leurs clientèles régionales. Ces bureaux encouragent la créativité à l'échelle nationale.

La Société a aussi un bureau à Paris dont l'expertise s'avère précieuse pour la mise en œuvre de stratégies qui assurent de nouveaux partenariats et marchés internationaux.

Téléfilm Canada compte 140 employés regroupés en six secteurs d'activité : opérations canadiennes ; financement et administration ; politiques, planification et recherches ; communications et affaires publiques ; relations internationales et ressources humaines.

Un large appui aux activités nationales et internationales de l'industrie
Téléfilm Canada administre une quinzaine de fonds et programmes. La plus grande partie des ressources de la Société est consacrée au développement et à la production d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias.

La Société contribue à accroître les publics des produits canadiens en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de l'industrie dans les festivals et les marchés.

Productions appuyées par Téléfilm Canada
La Société contribue chaque année au développement et à la production de quelque 600 œuvres dans les catégories suivantes : longs métrages destinés aux salles, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, variétés et produits multimédias.

Un appui financier diversifié
L'appui financier de Téléfilm Canada prend surtout la forme d'investissements, mais aussi d'avances, de prêts, de cautionnements de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Les sommes qu'elle récupère sont réinjectées dans l'industrie.

Les accords de coproduction : des outils de développement pour l'industrie
Téléfilm Canada administre les accords de coproduction du Canada avec 55 pays. Ces accords sont des outils de développement pour l'industrie, tant en ce qui concerne le financement que la diffusion des produits sur la scène internationale.

PLAN D'AFFAIRES 1997-2000
Téléfilm Canada a mis le cap sur 12 grands objectifs

En novembre 1997, Téléfilm Canada publiait un plan d'affaires pour les années 1997-2000, intitulé *Vers le nouveau millénaire*. La Société s'y était fixé 12 objectifs principaux et une centaine de stratégies, sur lesquels elle a fondé ses interventions et activités des trois dernières années.

Comme on pourra le constater à la lecture de ce rapport annuel, l'exercice 1999-2000 aura été déterminant dans la réalisation de ces objectifs. Chacune des directions et chacun des cinq bureaux de la Société ont apporté leur contribution au plan d'affaires. Ainsi, en conformité avec ces objectifs, la Société a :

- accentué l'aide aux productions qui sont distinctement et visiblement canadiennes ;
- travaillé en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien pour faire en sorte que le Fonds canadien de télévision soit renouvelé de 1998-1999 à 2000-2001 ;
- accru le volume d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias canadiens ;
- accru la qualité, le potentiel commercial et la compétitivité des longs métrages canadiens ;
- encouragé la production régionale dans les deux langues officielles et maintenu un juste équilibre à ce chapitre ;
- fait en sorte que les émissions de télévision, les longs métrages et les produits multimédias canadiens soient plus accessibles au public canadien grâce à des activités professionnelles de mise en marché et de promotion ;
- donné aux producteurs et aux distributeurs canadiens davantage d'occasions de faire des affaires sur les marchés internationaux et augmenté le rayonnement des produits canadiens à l'étranger ;
- accru le soutien offert aux petites et moyennes entreprises ;
- soutenu le développement professionnel de la relève canadienne – producteurs, auteurs, réalisateurs et autres créateurs ;
- participé à l'élaboration, par le gouvernement fédéral, de politiques et initiatives nationales et internationales qui touchent l'industrie canadienne ;
- offert à l'industrie des programmes et des services pertinents et efficaces, a commencé à en mesurer la performance à l'aide de moyens appropriés, et a utilisé au mieux l'expertise et l'infrastructure existantes ;
- renforcé toutes les formes de communication avec les secteurs de la télévision, du cinéma et des nouveaux médias, de même qu'avec les divers ordres de gouvernement et le grand public.

Une vision à longue échéance : le plan d'affaires 2000-2005

Le prochain plan d'affaires de la Société sera publié bientôt. Téléfilm Canada travaille plus que jamais à longue échéance puisque ce plan quinquennal touchera les exercices 2000 à 2005. On pourra obtenir le sommaire du plan d'affaires sur le site Internet de Téléfilm ou à l'un ou l'autre des bureaux de la Société.

Nous venons d'entrer dans un nouveau millénaire, un millénaire placé sous le signe de l'audace et de l'innovation, dont la seule constante est le changement. Les défis qu'il nous lance vont nous obliger à adopter de nouvelles approches et à forger de nouveaux modèles.

Les nouvelles technologies nous offrent des moyens inespérés de faire appel à l'imagination et on peut affirmer que le phénomène de la convergence numérique est désormais incontournable. L'interconnexion met le monde au bout de nos doigts, élargit nos horizons et nous ouvre l'esprit. L'Internet nous donne accès au cinéma, à la littérature et à la musique des quatre coins du globe. Mais, conséquence de cet univers sans limites, la sphère culturelle subit la pression d'une compétition qui exige une lutte sans relâche pour se tailler une place.

Fort heureusement, nous bénéficions de nombreux atouts. De fait, nous sommes privilégiés de vivre en ce pays. Les ressources naturelles du Canada sont abondantes, ses citoyens respectueux, ses institutions solides, sa culture est fondée sur la diversité et la tolérance. Notre culture forme la personnalité de notre pays ; elle est la somme de nos valeurs, de nos croyances, de nos modes de vie, de nos passions et de nos espoirs. Elle est ce qui nous identifie aux yeux du monde extérieur. Si notre culture fait l'envie de plusieurs, cela ne signifie pas que tout y soit parfait, cependant.

L'industrie culturelle canadienne, notamment l'industrie télévisuelle, peut s'enorgueillir à juste titre d'une remarquable réussite. Malgré tout, elle ne peut la tenir pour assurée. Oui, le Canada est l'un des plus grands exportateurs mondiaux d'émissions de télévision. Il n'empêche que les producteurs canadiens doivent encore et toujours relever l'écrasant défi d'offrir au public canadien des histoires canadiennes, bien qu'ils disposent de moyens nettement inférieurs à ceux de leurs compétiteurs américains. Et les longs métrages ne remplissent pas nos propres salles, même s'ils sont acclamés dans les festivals internationaux.

Le Canada a le devoir de protéger sa culture. Nos films, nos émissions de télévision, nos produits multimédias reflètent la richesse et la diversité de notre culture. Ils nous font découvrir des points de vue et des réalités qui autrement nous échapperaient. Il nous incombe de veiller à ce que les valeurs culturelles, l'histoire et les traditions de notre pays soient transmises aux générations futures. Il nous incombe de faire en sorte que les créateurs puissent aussi repousser les limites de notre imaginaire et témoigner des tendances d'aujourd'hui qui seront les réalités de demain.

LAURIER L. LAPIERRE, O.C.

Forte de sa vaste expérience, de sa stature nationale et de son réseau international, Téléfilm Canada entend continuer de promouvoir la diversité et la souveraineté culturelles canadiennes. Il s'agit là d'une mission vitale puisque l'avenir du contenu canadien, justement fondé sur ces deux assises, en dépend.

Une nouvelle approche marquée par l'innovation et l'audace

On ne peut nier que la culture canadienne souffre du fait que nos écrans – y compris nos écrans d'ordinateur par l'intermédiaire d'Internet – soient de plus en plus envahis par les productions étrangères. Néanmoins, il est tout aussi irréfutable que les nouvelles technologies nous offrent la chance de parler de nous de façon inimaginable il n'y a pas si longtemps. Il nous est désormais possible de rendre accessibles, rapidement et en tout temps, des documents d'importance nationale, des œuvres impérissables et des illustrations de notre société. Et ce n'est que l'un des nombreux domaines où Téléfilm Canada et l'industrie canadienne doivent oser s'aventurer. Pour cela, il nous faudra être à la fois audacieux et inventifs.

Nous savons raconter des histoires aussi bien, sinon mieux, que quiconque. Mais nous avons longtemps eu de la difficulté à rejoindre une masse critique de spectateurs. Pour surmonter cet obstacle, nous devons investir dans l'avenir. Nous devons trouver de nouvelles façons de raconter nos histoires et soutenir de nouveaux créateurs. Ainsi seulement assurerons-nous la pérennité de notre voix et de nos images.

La relève et les petites et moyennes entreprises sont les pierres angulaires de l'avenir. Quel que soit le champ d'activité où nous voulons performer, nous devons continuer d'encourager la relève par des programmes diversifiés, dans toutes les régions du pays. Les jeunes talents canadiens doivent pouvoir s'épanouir et se tailler une place enviable dans cet environnement mondial en pleine ébullition. Par ailleurs, en juin 1999, la Société a annoncé que son appui financier viserait surtout les petites et les moyennes entreprises. Leur développement, sur la scène nationale autant qu'internationale, est le meilleur gage de réussite de notre industrie à longue échéance.

1999-2000 : une année éclatante pour les œuvres canadiennes

L'industrie canadienne de la télévision, du cinéma et du multimédia a réussi encore une fois à nous divertir, à nous émouvoir, et à séduire le public d'ici et d'ailleurs.

Le cinéma canadien a connu plusieurs grandes premières. *Le Vieil Homme et la Mer* a raflé l'oscar du meilleur film d'animation et la superbe musique du film de François Girard, *Le Violon rouge*, a également reçu un oscar convoité. Ces deux prix sont venus rehausser la réputation déjà excellente du Canada auprès du public international. L'industrie du cinéma canadien a aussi d'autres raisons de se réjouir : pour la première fois, une œuvre canadienne, en l'occurrence *Stardom* de Denys Arcand, a été présentée à la clôture du Festival international du film de Cannes. Par ailleurs, la région de l'Atlantique a produit l'un des succès de l'année : le premier long métrage acadien en français, *Full Blast*, réalisé par Rodrigue Jean. La production autochtone a également franchi une étape marquante avec *Atanarjuat (The Fast Runner)* de Zacharias Kunuk et Paul Apak Angilirq, le premier long métrage canadien entièrement écrit et réalisé en langue autochtone, soit en inuktitut.

Du côté de la télévision, les producteurs de toutes les régions du pays nous ont donné des émissions qui, ensemble, ont réussi à illustrer les nombreux visages de la réalité canadienne. Certaines séries très populaires sont revenues faire le bonheur des téléspectateurs. Et d'autres tout à fait nouvelles sont apparues au petit écran, montrant ainsi que nous continuons avec autant d'audace à miser sur de nouveaux talents et de nouveaux concepts. Téléfilm a soutenu des productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et des arts de la scène – qui reflétaient la diversité culturelle canadienne, y compris des productions réalisées dans la langue de la minorité officielle et de nombreuses productions régionales. Quant aux créateurs autochtones, ils se sont distingués en signant des œuvres particulièrement éloquentes sur leurs traditions et leurs cultures, en anglais, en français et dans une douzaine de langues autochtones.

Parmi les succès télévisuels de l'exercice, mentionnons *Fortier*, *Gypsies*, *Caserne 24*, *Made in Canada II*, *Anne of Green Gables: The Continuing Story*, *The Holier It Gets*, *Traders*, *Crimes of Honour*, *Lunatiques*, *Incredible Story Studio*, *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, *Milgaard*, *Stories From the Seventh Fire* et *Da Vinci's Inquest*.

L'industrie canadienne du multimédia a continué sur sa remarquable lancée. Le Canada est désormais le cinquième producteur multimédia du monde, derrière les États-Unis, l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Parmi des projets de très grande qualité, mentionnons *Monster by Mistake* et *Buddy Brush and the Painted Circus*. La célèbre souris Mia a connu cette année de nouvelles aventures dans *Mia II : Le Mystère du chapeau perdu*, un cédérom d'animation interactif qui connaît un succès international.

Le Fonds canadien de télévision : un travail collectif

Au cours des quatre dernières années, par l'intermédiaire du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision, Téléfilm Canada a soutenu plus que jamais auparavant – et avec grand succès – le développement d'une télévision distinctement canadienne. Cependant, et malgré une indéniable réussite, le partenariat entre le secteur public et le secteur privé est appelé à évoluer constamment de manière à répondre mieux encore aux besoins de notre clientèle. Un fait est certain : Téléfilm Canada entend rester active dans le secteur de la télévision et continuer de soutenir activement les créateurs de ce pays afin qu'ils puissent continuer de nous présenter des images enrichissantes de nous-mêmes.

Conseil d'administration

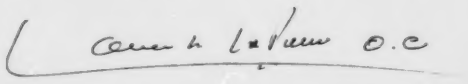
Téléfilm Canada a été profondément attristée par le décès, en septembre dernier, de Madame Laétitia Cyr, vice-présidente du conseil d'administration. Acadienne originaire du Nouveau-Brunswick, Madame Cyr a toujours défendu avec éloquence les intérêts des francophones hors Québec et elle s'est dévouée sans relâche à promouvoir la production et les talents de sa région natale. Nous n'oublierons ni sa vision, ni son dévouement, ni la grâce qu'elle apportait à toute chose.

Une autre grande personnalité du monde artistique, Monsieur Gratien Gélinas, nous a quittés en 1999. Monsieur Gélinas a été l'un des phares de la culture canadienne des soixante dernières années. Homme de théâtre émérite, il fut également le deuxième président de Téléfilm Canada. Son mandat, qui s'étendit de 1969 à 1978, fut le plus long de l'histoire de la Société. Téléfilm Canada et l'industrie canadienne dans son ensemble doivent beaucoup à ses talents d'administrateur et à sa passion incommensurable pour le développement culturel.

En 1999-2000, deux membres du conseil ont vu leurs responsabilités s'accroître. En décembre, Madame Jeanine C. Beaubien a été élue vice-présidente, et Madame Elvira Sánchez de Malicki a été élue présidente du comité de vérification et des finances. Par ailleurs, je suis heureux d'annoncer que le conseil est maintenant complet. Madame Louise Pelletier, de Saint-Lambert, au Québec, s'est jointe au conseil. Madame Pelletier est une scénariste réputée qui a une excellente connaissance de la télévision canadienne. Nous sommes fiers de la compter parmi nous.

En terminant, je veux remercier le directeur général, Monsieur François Macerola, et toute l'équipe de Téléfilm Canada, de leur soutien et de leur enthousiasme.

Je tiens aussi à exprimer mon admiration aux professionnels de l'industrie canadienne du cinéma, de la télévision et du multimédia. Leur vision et leur talent ont été pour nous tous une source constante d'inspiration.



Laurier L. LaPierre, O.C.

Bluma Appel
(Toronto)
« Les résultats de l'exercice ont de nouveau été remarquables. Téléfilm Canada peut être fière du chemin parcouru, particulièrement en ce qui concerne son appui à l'industrie du multimédia. Notre univers change très rapidement et la Société doit continuer d'encourager les créateurs canadiens. Le conseil de Téléfilm est l'un des meilleurs que j'ai connus. Nous formons une équipe dynamique et expérimentée qui partage une passion, celle d'appuyer l'industrie canadienne. »

Jeanine C. Beaubien
(Montréal)
« Téléfilm Canada encourage la production et la distribution de produits de qualité en français, en anglais et en langues autochtones qui rejoignent un grand public, ici et sur la scène internationale. En tant que vice-présidente du conseil, je souhaite que Téléfilm continue d'être à l'avant-garde sur le plan culturel. Il est important d'appuyer la formation et la relève. Et je pense qu'il faut sensibiliser les jeunes publics à ce qui se fait chez nous. Ils sont l'avenir de notre culture. »

Ronald S. Bremner
(Calgary)
« Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est passionnant. À l'ère de la mondialisation des marchés, il est important d'assurer que les histoires canadiennes, qui sont à la fois uniques et originales, puissent rejoindre des auditoires partout à travers le monde. Avec l'amélioration et le renforcement du système de distribution, et un meilleur marketing des longs métrages canadiens, nous allons non seulement encourager une industrie florissante, mais nous allons aussi prendre notre juste place sur la scène internationale. »

Louise Pelletier
(Montréal)
« En tant qu'auteure pour la télévision, je souhaite que les créateurs soient respectés et reconnus. Le regard du créateur, c'est ce qui définit une œuvre. Le public s'identifie à la télévision d'ici, qui est un point de repère. Plus une œuvre est incarnée dans notre culture, plus elle rejoint le public. Je pense aussi qu'il est important que les créateurs francophones puissent continuer de travailler dans leur langue et témoignent de la réalité francophone dans ce continent. »

Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)
« Je suis persuadée que Téléfilm Canada, en tant qu'organisme culturel fédéral, jouera un rôle important dans les discussions à venir sur les questions linguistiques et la diversité culturelle. C'est par ailleurs avec beaucoup de fierté que j'ai accepté la présidence du comité de vérification du conseil. Le mandat du comité a été élargi pour que Téléfilm remplisse son mandat de façon de plus en plus transparente et solide sur le plan administratif. »

Sandra Macdonald
(Montréal)
« En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, j'apporte au conseil d'administration de Téléfilm Canada une expertise du développement et de l'implantation de politiques du film et de la télévision, de même qu'une expérience de l'administration d'un organisme public fédéral. Une de mes préoccupations est d'assurer que les différents partenaires de la production canadienne fassent preuve de cohérence, de telle sorte que l'accent soit mis sur la création plutôt que sur les contrats. »

L'exercice 1999-2000 a été très exigeant pour Téléfilm Canada, puisqu'il a donné lieu à une importante réflexion, qui a touché aussi bien nos processus administratifs que notre rôle à l'égard de l'industrie. Par-delà de nombreuses difficultés, l'exercice a été positif en ce sens qu'il nous aura permis de réaffirmer le rôle unique de la Société au sein du paysage culturel canadien.

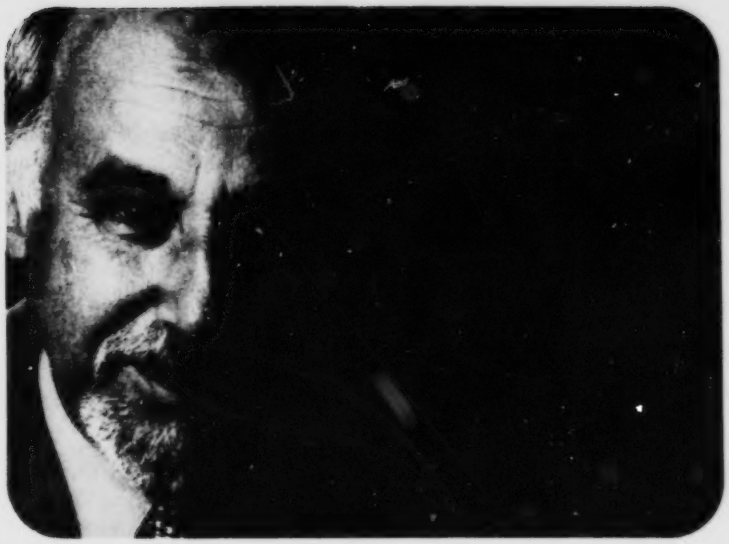
RÔLE DE TÉLÉFILM CANADA COMME ORGANISME PUBLIC INVESTISSEUR

La télévision : pour de réels partenariats entre les secteurs public et privé

Quel est le rôle de la Société comme organisme public et investisseur culturel ? Il y a quatre ans, la création du Fonds canadien de télévision (FCT), un partenariat des secteurs privé et public, constituait une initiative innovatrice et remarquable. Le Fonds a obtenu du succès à bien des égards et ses ressources financières continuent d'être cruciales pour l'industrie de la télévision et du long métrage. Toutefois, il apparaît de plus en plus évident que ce partenariat présente certains manques à gagner. Dans le contexte d'une croissance considérable des investissements privés, y a-t-il toujours une place pour les organismes publics ? Doit-on transférer l'administration des fonds publics au secteur privé ?

De fait, les conclusions de deux rapports réalisés cette année, soit ceux de la firme KPMG et de Silcox-Colbert, semblaient suggérer que Téléfilm Canada mette fin à ses activités d'investisseur dans le secteur télévisuel. Ce serait faire peu de cas d'une expertise de plus de 20 ans, une expertise qui a fait ses preuves tant sur le plan culturel qu'industriel et dont les résultats font l'admiration et l'envie de bien d'autres industries à travers le monde.

De plus, je crois fermement qu'il existe une place pour des partenariats réels entre les secteurs privé et public, qui respectent les compétences et l'expérience de chaque secteur et qui garantissent à la fois la saine administration des fonds publics et l'imputabilité des administrateurs. On peut donc s'attendre que le processus de renouvellement du Fonds canadien de télévision, prévu pour 2001-2002, entraîne des débats passionnants sur la régie, et plus largement, sur le mode de fonctionnement du Fonds. Téléfilm Canada participera à ce débat avec tout l'enthousiasme, toute l'énergie et surtout toute l'expérience de ses équipes à travers le pays.



FRANÇOIS MACEROLA

Long métrage : vers une nouvelle politique nationale

Le long métrage est un parent pauvre du domaine des communications. Il a été laissé à lui-même, soumis aux lois du marché, sans cadre législatif, sans organisme de surveillance, et avec des investissements certes importants mais néanmoins insuffisants.

Au cours de l'exercice, nous avons travaillé avec le ministère du Patrimoine canadien afin de développer une nouvelle politique du film qui aurait comme objectifs d'augmenter les auditoires des films canadiens, d'augmenter les ressources financières disponibles pour chaque film et d'améliorer aussi la mise en marché de notre cinéma. Les résultats de cette politique ne seront pas immédiats, mais le contexte est des plus prometteurs. Notre industrie peut déjà miser sur des talents créateurs remarquables et sur une expertise unique en production et en distribution. L'injection de fonds nouveaux, associée à des objectifs qui tiendront compte des impératifs culturels et des besoins du marché, pourrait faire en sorte que notre cinématographie prenne enfin sa juste place sur les écrans nationaux. Les diffuseurs et les exploitants de salles feront partie intégrante de cette aventure, car produire un long métrage en ce pays, comme dans tous les pays du monde, exige un effort collectif de tous les partenaires de la création, de la production et de la mise en marché.

Ceci dit, il faut faire en sorte que ces deux médias sortent de leur ghetto respectif. Il faut inventer de nouveaux modèles plus globaux, plus conformes aux besoins réels de l'industrie et aux impératifs de rendement d'une administration moderne.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Cap sur la convergence des médias

Cela m'amène à un concept des plus importants : celui de la convergence des médias, c'est-à-dire de la télévision et du cinéma et, pourquoi pas, du multimédia.

Téléfilm a continué d'administrer avec efficacité et compétence le Fonds pour le multimédia créé en 1998. Toutefois, ce domaine demande encore réflexion et le Fonds fera l'objet d'une révision en profondeur au cours de la prochaine année. Nous voulons que ce fonds réponde mieux aux besoins des citoyens de ce pays et tienne compte davantage des infrastructures existantes de production et de mise en marché. Nous allons donc travailler à instaurer la convergence des anciens et des nouveaux médias.

Les contenus

Nous sommes à l'ère du savoir et des inforoutes de l'information, dont les ondes de choc seront aussi innombrables qu'inédites. Cependant, quel que soit le média choisi pour rejoindre le public, le contenu des projets, les histoires qui sont racontées, continueront de primer. Le contenu sera toujours plus important que le véhicule de transmission, et ce contenu devra être pertinent pour le public canadien. Téléfilm entend développer des programmes axés sur l'innovation et l'audace, des programmes qui permettent aux créateurs d'exprimer leur vision du monde en utilisant le plus large éventail possible de médias et de technologies de création et de transmission.

1999-2000 : une grande année sur le plan des investissements

Vous trouverez dans ce rapport annuel des chiffres et des informations qui sauront vous convaincre que 1999-2000 a été une grande année tant au niveau des produits que des investissements que Téléfilm a faits directement ou par l'entremise du Programme de participation au capital du FCT.

Je suis très heureux de dire qu'à bien des égards – nombre et qualité des projets, appui aux petites et moyennes entreprises, appui à la production en langues autochtones, production régionale, coproductions, activités internationales – nous pouvons parler sinon de record, du moins de résultats exemplaires et très fructueux.

Tout cela a été réalisé avec une conscience aiguë des exigences d'efficacité, de transparence et d'imputabilité de notre plan d'affaires 1997-2000.

Financement et administration

Cette année, certaines allégations d'irrégularités et de malversations touchant l'industrie ont suscité beaucoup de questions.

Le ministère du Patrimoine canadien a réagi à cette situation de façon très proactive en commandant un rapport sur les pratiques de gestion et les mécanismes d'appui du gouvernement fédéral à l'industrie du film et de la télévision. Rendu public en février 2000, le rapport a été positif à l'égard de Téléfilm Canada tout en recommandant certaines pistes de changement pertinentes.

Le rapport a reconnu que Téléfilm Canada était engagée depuis plusieurs années dans un processus continu d'amélioration de son cadre de gestion et cela, tant sur le plan des politiques, des procédures et des contrôles administratifs que des ressources humaines. Toutefois, le rapport recommandait à Téléfilm d'accélérer les mesures d'amélioration en cours, notamment la mise en œuvre d'un plan de vérification, et de travailler en collaboration avec les autres organismes du ministère du Patrimoine canadien et des sources extérieures afin de s'inspirer des meilleures pratiques de gestion.

Téléfilm Canada s'est empressée de mettre en œuvre ces recommandations, qui allaient d'ailleurs dans le sens de ses propres préoccupations et actions. Depuis 1998, en effet, la Société travaille de façon continue avec une firme comptable pour développer une politique de gestion des risques et un nouveau plan de vérification. Nous avons accéléré la révision de nos processus et l'analyse des risques. Non seulement l'appareil administratif de Téléfilm a-t-il tenu bon, mais il n'a pas démontré de failles importantes. Les fonds publics sont bien administrés, les ressources financières sont dépensées là où elles doivent l'être. Les quelques exceptions qui ont existé dans le passé ne remettent en cause ni la valeur du système en place, ni l'industrie, ni l'approche de financement qui prévaut actuellement.

La Société a maintenant un plan de vérification exhaustif, qui couvre l'ensemble de ses activités de financement. Ce plan a été présenté à l'industrie et nous continuerons de travailler avec le ministère du Patrimoine, le ministère des Finances et les autres organismes gouvernementaux pour gérer les fonds publics de façon rigoureuse.

Implantation de six indicateurs de rendement

Afin de mieux mesurer l'atteinte des objectifs de son plan d'affaires et de satisfaire aux exigences du gouvernement en matière d'imputabilité, Téléfilm avait défini dès 1998-1999 sept perspectives stratégiques qui concernaient les projets, les entreprises, l'industrie, le gouvernement, les processus organisationnels, les finances et les ressources humaines. Étant donné les coûts et les ressources nécessaires à l'implantation des indicateurs correspondants à ces perspectives, la Société a adopté une stratégie graduelle de mise en place.

Six indicateurs de rendement ont été implantés cette année. Ils traitent de la croissance annuelle des ressources financières, des dépenses administratives, des ressources consacrées aux communautés en situation linguistique minoritaire, de la contribution aux coproductions internationales, du volume global des coproductions et de la sélection des productions financées par Téléfilm dans les festivals. D'autres indicateurs seront donc mis en place en 2000-2001 et un rapport sera publié ultérieurement.

Des outils de performance

Téléfilm a continué de se doter d'outils qui lui permettent d'être plus performante et critique par rapport à ses activités et systèmes. Ainsi, nous avons implanté un programme de comptabilité par activité qui permet de mesurer le rapport coût/rendement de nos initiatives. Nous avons amélioré le système qui permet un suivi continu des engagements et débours par fonds et programmes, sur le plan national et régional. Nous avons aussi révisé, mis à jour et harmonisé les modèles de rapport qui sont utilisés dans les différents bureaux.

Le travail de documentation sur les politiques et processus s'est poursuivi. Nous avons maintenant plusieurs guides de référence pour les employés et l'industrie, qui concernent la gestion financière, la comptabilisation des coûts de production, la vérification des rapports d'exploitation, de même qu'une politique relative aux entreprises en défaut.

Des systèmes informatiques d'avant-garde

Nos systèmes informatiques doivent gérer un volume croissant de données, et doivent être suffisamment souples pour permettre à Téléfilm de gérer d'autres fonds, le cas échéant. À cette fin, nous avons établi un plan directeur de développement informatique qui s'étend sur trois ans. Nous avons aussi fait en sorte que notre réseau soit plus rapide, surtout au moment de temps forts comme le dépôt des demandes de financement en production.

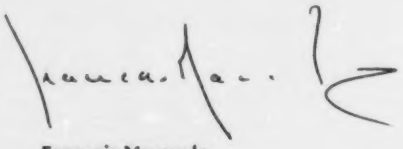
Un capital humain remarquable

Les ressources humaines de Téléfilm constituent sa toute première force. Il y a là un capital d'expérience, d'enthousiasme et de dévouement tout à fait exceptionnel dont l'industrie est la première bénéficiaire, tant sur le plan national qu'international. Ceci étant dit, nous avons posé des gestes concrets cette année pour reconnaître officiellement cette réalité. La direction des ressources humaines relève maintenant du directeur général et fait partie intégrante du comité de gestion de la Société, ce qui lui procure une sphère d'influence et une capacité d'intervention à la mesure de son mandat. Le mandat de cette direction est de tout mettre en œuvre pour développer de façon continue les compétences et la polyvalence de l'équipe de Téléfilm, et d'accroître la qualité et l'efficacité des pratiques et politiques de la Société en matière de ressources humaines.

Je tiens à souligner le départ de deux collègues du comité de gestion de Téléfilm, Suzan Ayscough, qui était directrice des communications et affaires publiques, et Deborah Drisdell, qui était directrice des relations internationales. Le directeur du bureau des festivals, Jean Lefebvre, a pris par ailleurs une retraite bien méritée après une carrière consacrée à la reconnaissance de notre cinéma.

J'ai été heureux d'accueillir deux nouvelles collègues au comité de gestion, Stella Riggi, directrice des ressources humaines, et Danielle Dansereau, directrice des communications et affaires publiques.

J'adresse tous mes remerciements au président du conseil d'administration de la Société, Monsieur Laurier L. Lapierre, O.C., à Madame Jeanine C. Beaubien, vice-présidente du conseil et à Madame Elvira Sánchez de Malicki, présidente du comité de vérification et des finances, de même qu'aux autres membres du conseil. Merci aussi à toute l'équipe de Téléfilm Canada.



François Macerola

Cap sur la convergence des médias

Cela m'amène à un concept des plus importants : celui de la convergence des médias, c'est-à-dire de la télévision et du cinéma et, pourquoi pas, du multimédia.

Téléfilm a continué d'administrer avec efficacité et compétence le Fonds pour le multimédia créé en 1998. Toutefois, ce domaine demande encore réflexion et le Fonds fera l'objet d'une révision en profondeur au cours de la prochaine année. Nous voulons que ce fonds réponde mieux aux besoins des citoyens de ce pays et tienne compte davantage des infrastructures existantes de production et de mise en marché. Nous allons donc travailler à instaurer la convergence des anciens et des nouveaux médias.

Les contenus

Nous sommes à l'ère du savoir et des inforoutes de l'information, dont les ondes de choc seront aussi innombrables qu'inédites. Cependant, quel que soit le média choisi pour rejoindre le public, le contenu des projets, les histoires qui sont racontées, continueront de primer. Le contenu sera toujours plus important que le véhicule de transmission, et ce contenu devra être pertinent pour le public canadien. Téléfilm entend développer des programmes axés sur l'innovation et l'audace, des programmes qui permettent aux créateurs d'exprimer leur vision du monde en utilisant le plus large éventail possible de médias et de technologies de création et de transmission.

1999-2000 : une grande année sur le plan des investissements

Vous trouverez dans ce rapport annuel des chiffres et des informations qui sauront vous convaincre que 1999-2000 a été une grande année tant au niveau des produits que des investissements que Téléfilm a faits directement ou par l'entremise du Programme de participation au capital du FCT.

Je suis très heureux de dire qu'à bien des égards – nombre et qualité des projets, appui aux petites et moyennes entreprises, appui à la production en langues autochtones, production régionale, coproductions, activités internationales – nous pouvons parler sinon de record, du moins de résultats exemplaires et très fructueux.

Tout cela a été réalisé avec une conscience aiguë des exigences d'efficacité, de transparence et d'imputabilité de notre plan d'affaires 1997-2000.

Financement et administration

Cette année, certaines allégations d'irrégularités et de malversations touchant l'industrie ont suscité beaucoup de questions.

Le ministère du Patrimoine canadien a réagi à cette situation de façon très proactive en commandant un rapport sur les pratiques de gestion et les mécanismes d'appui du gouvernement fédéral à l'industrie du film et de la télévision. Rendu public en février 2000, le rapport a été positif à l'égard de Téléfilm Canada tout en recommandant certaines pistes de changement pertinentes.

Le rapport a reconnu que Téléfilm Canada était engagée depuis plusieurs années dans un processus continu d'amélioration de son cadre de gestion et cela, tant sur le plan des politiques, des procédures et des contrôles administratifs que des ressources humaines. Toutefois, le rapport recommandait à Téléfilm d'accélérer les mesures d'amélioration en cours, notamment la mise en œuvre d'un plan de vérification, et de travailler en collaboration avec les autres organismes du ministère du Patrimoine canadien et des sources extérieures afin de s'inspirer des meilleures pratiques de gestion.

Téléfilm Canada s'est empressée de mettre en œuvre ces recommandations, qui allaient d'ailleurs dans le sens de ses propres préoccupations et actions. Depuis 1998, en effet, la Société travaille de façon continue avec une firme comptable pour développer une politique de gestion des risques et un nouveau plan de vérification. Nous avons accéléré la révision de nos processus et l'analyse des risques. Non seulement l'appareil administratif de Téléfilm a-t-il tenu bon, mais il n'a pas démontré de failles importantes. Les fonds publics sont bien administrés, les ressources financières sont dépensées là où elles doivent l'être. Les quelques exceptions qui ont existé dans le passé ne remettent en cause ni la valeur du système en place, ni l'industrie, ni l'approche de financement qui prévaut actuellement.

La Société a maintenant un plan de vérification exhaustif, qui couvre l'ensemble de ses activités de financement. Ce plan a été présenté à l'industrie et nous continuerons de travailler avec le ministère du Patrimoine, le ministère des Finances et les autres organismes gouvernementaux pour gérer les fonds publics de façon rigoureuse.

Implantation de six indicateurs de rendement

Afin de mieux mesurer l'atteinte des objectifs de son plan d'affaires et de satisfaire aux exigences du gouvernement en matière d'imputabilité, Téléfilm avait défini dès 1998-1999 sept perspectives stratégiques qui concernaient les projets, les entreprises, l'industrie, le gouvernement, les processus organisationnels, les finances et les ressources humaines. Étant donné les coûts et les ressources nécessaires à l'implantation des indicateurs correspondants à ces perspectives, la Société a adopté une stratégie graduelle de mise en place.

Six indicateurs de rendement ont été implantés cette année. Ils traitent de la croissance annuelle des ressources financières, des dépenses administratives, des ressources consacrées aux communautés en situation linguistique minoritaire, de la contribution aux coproductions internationales, du volume global des coproductions et de la sélection des productions financées par Téléfilm dans les festivals. D'autres indicateurs seront donc mis en place en 2000-2001 et un rapport sera publié ultérieurement.

Des outils de performance

Téléfilm a continué de se doter d'outils qui lui permettent d'être plus performante et critique par rapport à ses activités et systèmes. Ainsi, nous avons implanté un programme de comptabilité par activité qui permet de mesurer le rapport coût/rendement de nos initiatives. Nous avons amélioré le système qui permet un suivi continu des engagements et débours par fonds et programmes, sur le plan national et régional. Nous avons aussi révisé, mis à jour et harmonisé les modèles de rapport qui sont utilisés dans les différents bureaux.

Le travail de documentation sur les politiques et processus s'est poursuivi. Nous avons maintenant plusieurs guides de référence pour les employés et l'industrie, qui concernent la gestion financière, la comptabilisation des coûts de production, la vérification des rapports d'exploitation, de même qu'une politique relative aux entreprises en défaut.

Des systèmes informatiques d'avant-garde

Nos systèmes informatiques doivent gérer un volume croissant de données, et doivent être suffisamment souples pour permettre à Téléfilm de gérer d'autres fonds, le cas échéant. À cette fin, nous avons établi un plan directeur de développement informatique qui s'étend sur trois ans. Nous avons aussi fait en sorte que notre réseau soit plus rapide, surtout au moment de temps forts comme le dépôt des demandes de financement en production.

Un capital humain remarquable

Les ressources humaines de Téléfilm constituent sa toute première force. Il y a là un capital d'expérience, d'enthousiasme et de dévouement tout à fait exceptionnel dont l'industrie est la première bénéficiaire, tant sur le plan national qu'international. Ceci étant dit, nous avons posé des gestes concrets cette année pour reconnaître officiellement cette réalité. La direction des ressources humaines relève maintenant du directeur général et fait partie intégrante du comité de gestion de la Société, ce qui lui procure une sphère d'influence et une capacité d'intervention à la mesure de son mandat. Le mandat de cette direction est de tout mettre en œuvre pour développer de façon continue les compétences et la polyvalence de l'équipe de Téléfilm, et d'accroître la qualité et l'efficacité des pratiques et politiques de la Société en matière de ressources humaines.

Je tiens à souligner le départ de deux collègues du comité de gestion de Téléfilm, Suzan Ayscough, qui était directrice des communications et affaires publiques, et Deborah Drisdell, qui était directrice des relations internationales. Le directeur du bureau des festivals, Jean Lefebvre, a pris par ailleurs une retraite bien méritée après une carrière consacrée à la reconnaissance de notre cinéma.

J'ai été heureux d'accueillir deux nouvelles collègues au comité de gestion, Stella Riggi, directrice des ressources humaines, et Danielle Dansereau, directrice des communications et affaires publiques.

J'adresse tous mes remerciements au président du conseil d'administration de la Société, Monsieur Laurier L. Lapierre, O.C., à Madame Jeanine C. Beaubien, vice-présidente du conseil et à Madame Elvira Sánchez de Malicki, présidente du comité de vérification et des finances, de même qu'aux autres membres du conseil. Merci aussi à toute l'équipe de Téléfilm Canada.

François Macerola

RÉGION DE L'ATLANTIQUE

En 1984-1985, exercice de sa création, le bureau de Téléfilm à Halifax avait alloué 215 000 $ à des projets dont les devis s'élevaient à 435 000 $. Depuis, l'industrie atlantique a connu une croissance considérable : en 1999-2000, la Société a accordé 8,5 millions de dollars à des projets de cette région, dont les devis s'élevaient à 36 millions de dollars. L'industrie de chacune des provinces atlantiques s'illustre dans tous les genres : dans les dramatiques avec *Made in Canada II*, une série mordante sur le merveilleux monde du cinéma et de la télévision ; dans les émissions pour enfants, avec *Eckhart*, une série d'animation qui nous fait découvrir, par l'intermédiaire d'une petite souris des champs, les nombreuses merveilles de l'Île-du-Prince-Édouard, et *Lunatiques*, une série en français qui transporte ses jeunes auditeurs dans un monde futuriste amusant ; dans les documentaires comme *Porta White, Think on Me*, un portrait

GYPSIES
r. François Bouvier
Michel Gauthier Productions inc.
Cette série de 10 épisodes se déroule dans l'univers des forains qui, de village en village, proposent leurs manèges et leurs tombolas avec un arrière-goût de barbe à papa. Un monde marginal certes, mais qui a séduit semaine après semaine plus de 1 200 000 téléspectateurs.

PORTIA WHITE: THINK ON ME
r. Sylvia D. Hamilton
Maroon Films Inc.
Contralto au talent remarquable, la Canadienne Portia White a littéralement séduit les Canadiens et les Américains dans les années quarante. Cette biographie sera diffusée à l'automne au canal Vision TV.

de la cantatrice noire de la Nouvelle-Écosse qui a conquis le public international dans les années 40 ; dans la production autochtone, avec le bouleversant *Hebron Relocation*, une page dans la vie d'une communauté autochtone des années 50 ; et dans le multimédia, avec *Earthmission Climate Change Strategy Game*, un jeu de simulation par ordinateur qui permet aux adolescents d'intervenir sur les facteurs qui causent les changements de climat et de participer aux destinées de la Terre. Le cinéma atlantique poursuit son essor et fait entendre de nouvelles voix comme celles de Rosemary House (*Violet*) et Andrea Dorfman (*Parsley Days*). Le bureau de l'Atlantique a aussi investi dans l'avenir en créant le Programme des jeunes cinéastes qui appuie la production et la post-production de premières œuvres professionnelles.

QUÉBEC

Misant à la fois sur l'excellence et l'innovation, l'industrie du Québec a connu de grands succès en 1999-2000. Elle s'est illustrée par plusieurs nouvelles dramatiques fort populaires, dont *Fortier* et *Gypsies*, tandis que se confirmait la qualité de séries

en renouvellement telles *Diva* et *Caserne 24* et que naissaient de nouveaux concepts dramatiques comme *2 frères* et *La Vie, la Vie*. La production pour enfants a continué de faire la joie des jeunes francophones, et la contribution de Téléfilm s'avère essentielle à la continuité d'émissions comme *Cornemuse* et *Le Retour des débrouillards*. Le secteur documentaire a connu un boom considérable. Des projets reflétant la culture québécoise et sa diversité culturelle, des documentaires d'auteur (dont *Barbeau libre comme l'art*) et des séries documentaires (dont *Une Révolution tranquille*) ont côtoyé des œuvres à caractère scientifique dont *Anima* et *Oppression*. Le bureau a appuyé plusieurs projets en langue anglaise du Québec comme *Heart: the Marilyn Bell Story* et *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale*. Au cinéma, le bureau du Québec maintient son soutien à des réalisateurs confirmés (Charles Binamé, Pierre Falardeau), et participe à la découverte de talents tels Michel Jetté (*Hochelaga*) et Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), sans oublier des coproductions comme *En vacances* et *The Favourite Game*. Enfin, les créateurs québécois continuent de s'imposer dans les jeux et produits multimédias, ainsi qu'on le voit avec les productions *Cosmic Cinema* et *Le Monde selon Hemingway*, et la mise en marché du cédérom mettant en vedette la souris Mia. Quant à la production francophone hors-Québec, Téléfilm a appuyé un nombre record de projets provenant de toutes les régions du Canada.

ONTARIO

En 1999-2000, le bureau de l'Ontario a appuyé une grande diversité de longs métrages. Le célèbre metteur en scène de théâtre et cinéaste Robert Lepage, a réalisé son premier film en anglais, *Possible Worlds*, adapté de la pièce de John Mighton ; Clement Virgo a signé un deuxième long métrage très attendu, *Love Come Down*, avec la star Deborah Cox ; John Greyson a terminé son quatrième long métrage, *The Law of Enclosures*, avec Sarah Polley ; et Colleen Murphy, avec *Desire*, coproduit avec l'Allemagne,

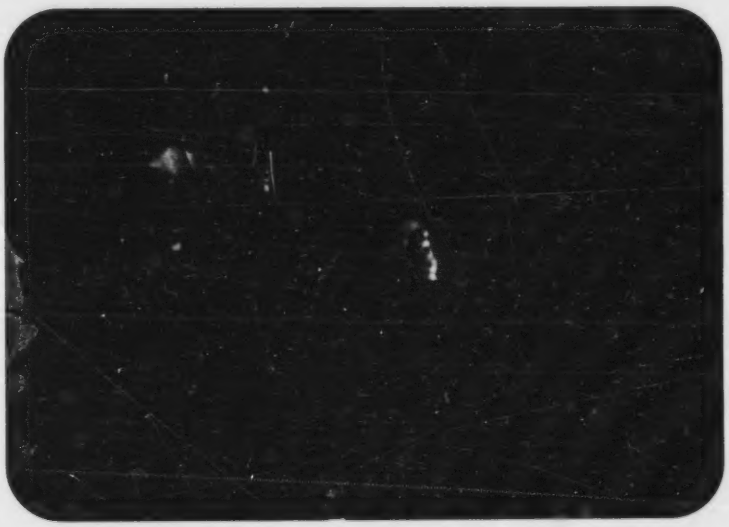
a confirmé le succès mondial de son premier film, *Shoemaker*. Des projets de l'exercice précédent, tels *The Five Senses*, *New Waterford Girl*, et *eXistenZ*, ont fait sensation dans les festivals à travers le monde. En Ontario, l'industrie de la télévision reste au premier plan avec des dramatiques comme *Drop the Beat*, qui met en vedette de jeunes artistes du hip hop et un site Internet innovateur, et la troisième série de *Anne of Green Gables*, avec la talentueuse Megan Follows. Les documentaires constituent toujours un point d'ancrage et plusieurs projets, dont *Crimes of Honour* et *The Holier It Gets*, ont été salués par la critique et ont remporté des prix. Parmi les projets pour enfants, on compte une coproduction avec le Royaume-Uni, *Watership Down*. Sur le front du multimédia, parmi les projets financés, on trouve des sites Internet extraordinaires pour les enfants. Téléfilm a financé la production de deux cédéroms de la série vedette *Nikolai's Adventures* et a appuyé leur campagne de marketing mondiale. Un site Internet interactif, *Monster by Mistake*, a été conçu d'après l'émission d'animation à succès du même nom. Le bureau a financé la construction du site et un programme de marketing comprenant des lancements interactifs, une campagne de publicité multi-médiatique et des partenariats pour la vente de produits dérivés dans la section de commerce électronique du site.

RÉGION DE L'OUEST

L'année 1999-2000 a été l'année de tous les succès pour l'industrie de la production dans l'Ouest, incluant ceux du téléfilm *Milgaard* et de la série *Da Vinci's Inquest* qui ont remporté des prix Gemini. De plus, plusieurs émissions venant de la région de l'Ouest continuent d'attirer un vaste public. Par exemple, le téléfilm *Trial by Fire – A North of 60 Mystery* a rejoint plus de 1 million de spectateurs, tandis que la série *Champions of the Wild III* est diffusée dans 16 pays et territoires. Du côté autochtone, la région de l'Ouest a fait sa marque grâce au succès confirmé de *Stories from the Seventh Fire*, une émission d'animation pour enfants qui a raflé de nombreux prix aux quatre coins du globe, et a été sélectionnée et projetée dans le cadre d'événements tels l'American Indian Film Festival à San Francisco et le Sami Film Festival en Finlande. La promotion des jeunes cinéastes continue d'être prioritaire. Ainsi le bureau de l'Ouest a-t-il appuyé les premiers films de quatre réalisateurs et a-t-il contribué à des initiatives telles que le programme *Features First* de l'Institut national des arts de l'écran. Les investissements précédents ont porté fruit puisque *Rollercoaster* de Scott Smith a été en première ligne du circuit des festivals. Le bureau de l'Ouest a aussi investi dans la production de deux nouveaux titres de la célèbre série sur cédérom, *Buddy Brush* ; depuis le lancement de la série au marché E^3, des accords de diffusion ont été conclus avec sept partenaires internationaux et des ententes de distribution ont été signées avec de grands détaillants et des chaînes spécialisées au Canada et aux États-Unis. Enfin, le programme *Initiative Asie-Pacifique* continue de susciter des alliances et des possibilités d'affaires pour l'ensemble de l'industrie canadienne.

DESIRE
r. Colleen Murphy
Subjective Eye/Buffalo Gal Pictures Inc.
Une histoire d'amour troublante entre un musicien et une enseignante esseulée, assombrie toutefois par la disparition d'une jeune élève. *Desire* est le premier long métrage de la réalisatrice Colleen Murphy.

TRIAL BY FIRE – A NORTH OF 60 MYSTERY
r. Francis Damberger
Alberta Filmworks Movie Two
Ce téléfilm produit à partir de la populaire série *North of 60*, dont l'action se déroule dans les Territoires du Nord-Ouest, a attiré plus de 1 million de téléspectateurs lors de sa diffusion à CBC en janvier.



Des portraits canadiens

Les œuvres de l'exercice nous font découvrir un vaste éventail de personnalités canadiennes. De Northop Frye, l'un des plus grands penseurs que le Canada ait produits, à Sylvie Fréchette, médaillée d'or des Jeux Olympiques de 1994 et en passant par Louise Arbour, procureure en chef du Tribunal pénal international pour le Rwanda et l'ex-Yougoslavie, les productions canadiennes mettent aussi à l'honneur les comédiens Leslie Nielsen et Mary Walsh, l'homme politique Jean Drapeau, le docteur Henry Morgentaler, le philosophe Marshall McLuhan, l'auteure et féministe de Winnipeg Nellie McClung, le peintre Marcel Barbeau, les frères Esposito et Manon Rhéaume, célèbres hockeyeurs, et le magnat de la finance Ted Rogers. Sans oublier le docteur Lucille Teasdale, qui a travaillé plus de 30 ans en Ouganda, la championne de natation Marilyn Bell et l'acteur et auteur canadien William Shatner, l'inoubliable capitaine Kirk de *Star Trek*.

ANTICOSTI AU TEMPS DES MENIER
r. Jean-Claude Labrecque
Téléfiction Productions
Office national du film
du Canada
Diffusé en primeur à Ex-centris, ce documentaire qui raconte l'aventure fabuleuse de la colonisation de l'Île d'Anticosti par le riche industriel français Henri Menier à la fin du XIXe siècle, fut également présenté sur TV5 Europe.

FLIGHTPATH IV
r. Divers
Screenlife Inc.
Cette série sur l'aviation a maintenu des cotes d'écoute entre 80 000 et 100 000 téléspectateurs chez les 18 à 49 ans, score remarquable pour un canal spécialisé. Les trois premières séries ont été vendues aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France et au Proche-Orient. La quatrième série sera présentée au canal Discovery en octobre 2000, alors que la cinquième série est actuellement en production.

Une histoire riche en événements et personnages

L'histoire d'ici et d'ailleurs fascine créateurs et publics. On en traite dans *Flightpath*, des moments importants de l'aviation canadienne ; *Island of Shadows*, sur le destin tragique des lépreux chinois de l'Île d'Arcy (1891-1924) ; *Camp X*, le premier camp d'entraînement pour les espions en Amérique du Nord, dans les Maritimes ; *Anticosti au temps des Menier*, une page d'histoire d'une île mythique ; *Out of the Fire*, l'histoire d'une photographe juive qui a échappé aux camps de la mort, habite depuis 50 ans au Canada et témoigne enfin de ce qu'elle a vécu. L'histoire est également au cœur du long métrage de Pierre Falardeau, *15 février 1839* et du cédérom *Un pacte, un pays*. Enfin, elle prend parfois la figure d'un combat quotidien, comme celui de JoAnn Mayew, qui a vécu sept ans en prison pour avoir défendu les droits de la personne.

Une terre de diversité

Terre de multiculturalisme, le Canada donne la parole à ses communautés. *The Saint Soldier* nous fait rencontrer la communauté Sikh de Vancouver, la plus grande en dehors de l'Inde. *A Scattering of Seeds: The Creation of Canada III* salue les immigrants méconnus qui ont choisi notre pays pour donner une nouvelle chance à leur famille. Par ailleurs, le réalisateur Clement Virgo continue de s'intéresser à la communauté noire dans son long métrage *Love Come Down* qui a comme héros deux frères, dont l'un est blanc et l'autre noir. Le visage de la diversité culturelle prend parfois les traits d'une recherche des origines. Ce sont alors d'émouvantes retrouvailles avec des paysages, des parents et une culture, telles que filmées par des équipes canadiennes. Ou encore, c'est un regard neuf, comme celui que Jon Einarsson Gustafsson, arrivé d'Islande en 1997, pose sur une certaine jeunesse canadienne dans son long métrage *Kanadiana*.

La francophonie à l'honneur

1999 ayant été l'Année de la francophonie, les cinéastes canadiens se sont penchés avec beaucoup d'intérêt sur ce sujet fascinant et ont tourné des films sur l'évolution des francophonies d'Amérique, que ce soit en Acadie, au Manitoba, en Ontario, en Louisiane, dans les Territoires du Nord-Ouest ou au Yukon. On y traite aussi des défis que la mondialisation des marchés pose à la francophonie d'Amérique.

Place aux autochtones

Grâce au réseau national de télévision autochtone APTN et au Fonds canadien de télévision, les créateurs autochtones expriment davantage leur culture, en français, en anglais et en langues autochtones. Les Inuit sont présents dans Kikkit, une recréation des événements qui ont mis fin à la vie nomade des Inuit, et dans Inuit Piqusingit qui montre comment les Inuit d'hier et d'aujourd'hui ont réussi à survivre. I'tusto: *To Rise Again*, sur les Namgis de Colombie-Britannique, illustre le rôle des centres communautaires dans le mode de vie autochtone, tandis que *The Fairy Faith* nous fait découvrir l'imaginaire foisonnant des Mi'kmaq du Cap Breton. D'autres œuvres font revivre les légendes des peuples circumpolaires, le combat d'une femme pour la fierté autochtone après le suicide de son fils, une enquête sur les 50 langues autochtones au Canada dont plusieurs sont menacées de disparition... ou nous présentent des communautés comme les Sto:lo dont le territoire ancestral, en Colombie-Britannique, est coupé par une autoroute.

Des sujets d'actualité

Au menu de l'exercice, on retrouve des thèmes d'actualité comme l'écologie, l'exode des cerveaux, les relations parents-enfants, la passion du jeu, la vie en milieu urbain, l'éducation, la mentalité criminelle, les forces policières, la guerre contre la drogue, le rôle des médias, la fascination pour les nouvelles technologies, les perspectives d'avenir de l'humanité et des œuvres passionnantes comme *Cod: A Biography of a Fish that Changed the World*, l'histoire d'un poisson dont le destin se confond avec celui du dernier millénaire, ou encore *Insectia – Le jeu*, un cédérom qui traite d'environnement. Par ailleurs, les longs métrages de l'exercice jettent des regards décapants ou hilarants sur les grandeurs et misères de notre condition d'humain.

ATANARJUAT (L'HOMME RUI
r. Zacharias Kunuk, Paul Apak Angilirq
Igloolik Isuma Productions, Office national du film du Canada
Ce film d'aventure dont l'action se déroule dans l'Arctique canadien est le premier long métrage de fiction écrit et produit au Canada en une langue autochtone.

Une ouverture sur le monde

Les créateurs canadiens sont ouverts sur le monde : la production de l'année compte des documents qui apportent un point de vue canadien sur les enfants de Roumanie, le Chili de Pinochet, les champions de boxe de Cuba, les femmes et le travail en Afrique, l'immigration des Tamouls, les Mayas du Mexique, les défenseurs des animaux à travers le monde, et des personnages aussi universels que le Père Noël... Sous le thème « La paix de demain commence par l'amitié d'aujourd'hui », *La Danse des enfants* nous fait vivre aux rythmes d'une quinzaine de troupes de danse de douze pays qui se sont réunies à Beauport, près de Québec, pour célébrer le nouveau millénaire. Par ailleurs, la recherche de solutions aux problèmes mondiaux amène parfois les cinéastes à comparer la vision du monde canadienne à celle de spécialistes du Brésil, de l'Inde, des États-Unis, de Hong-Kong ou de Russie.

Pour plus de renseignements sur les plus récentes productions canadiennes, veuillez consulter les catalogues de télévision, de longs métrages et de productions multimédias de Téléfilm Canada.

IMMERSION DOCUMENTAIRE – PARIS, NOVEMBRE 1999
Vingt-huit producteurs canadiens ont rencontré plus de 50 joueurs français dont les plus importants réalisateurs de documentaires, producteurs, télédiffuseurs et distributeurs.

COMMISSION MIXTE CANADA – FRANCE À MONTRÉAL, JANVIER 2000
Deborah Drisdell, alors directrice – relations internationales, Téléfilm Canada, Jean-Pierre Hoss, Centre national de la cinématographie, François Macerola, directeur général de Téléfilm Canada, Michel Romand-Monnier (CNC)

RÉCEPTION POUR LE 50e ANNIVERSAIRE DE LA BERLINALE, LE 14 FÉVRIER 2000
Alexander Thies, directeur général de Neue Produktion GmbH et Gabriela Pfaendner, directrice générale de Neue FilmproduktionTV GmbH, producteurs du film *Bonhoeffer* – une coproduction entre le Canada et l'Allemagne qui fut projetée en première mondiale au cours de la soirée – en compagnie de Pat Ferns, président-directeur général du Festival de télévision de Banff et de François Macerola

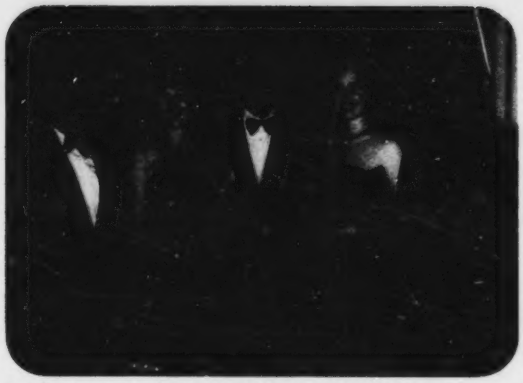
PREMIÈRE MONDIALE DU TÉLÉFILM *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale* AU CENTRE NATIONAL DES ARTS, À OTTAWA, LE 15 MARS 2000

Laurier L. LaPierre, O.C., président de Téléfilm Canada et l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien

Marina Orsini, comédienne, le docteur Piero Corti et Dominique Corti, le mari et la fille de Lucille Teasdale

Son Excellence M. André Jacquet, haut-commissaire d'Afrique du Sud au Canada, madame Aline Chrétien et Laurier L. LaPierre, O.C.

FESTIVAL DE TÉLÉVISION DE BANFF, JUIN 2000
Greg Coyes, président du jury autochtone, félicite Doug Cuthand, lauréat du prix Téléfilm Canada/APTN pour la Meilleure production autochtone en français ou en anglais, décerné à son film *Circle of Voices*.



***Stardom*, FILM DE CLÔTURE DU FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE CANNES, LE 21 MAI 2000**
François Macerola, Denise Robert, productrice, Cinémaginaire, Denys Arcand, réalisateur du film, Jessica Paré, comédienne et Laurier L. LaPierre, O.C.

PROJECTION DE *Stardom* À RIDEAU HALL, À OTTAWA, LE 6 JUIN 2000
François Macerola, Jessica Paré, comédienne, leurs Excellences John Ralston Saul et Adrienne Clarkson, gouverneure générale du Canada, Denys Arcand, réalisateur du film, l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien et Laurier L. LaPierre, O.C.

STAND OMBRELLE DE TÉLÉFILM CANADA AU MIPCOM
Quelque 70 entreprises ont partagé un stand de Téléfilm Canada dans les marchés internationaux au cours de l'année dont celui du MIPCOM, à Cannes.

TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ACADÉMIE CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION, SOUS LA COPRÉSIDENCE D'HONNEUR DE FRANÇOIS MACEROLA ET DANIEL LAMARRE, LE 22 JUIN 2000
UNE JOURNÉE AU BÉNÉFICE DE L'ACADÉMIE ET DES ÉTUDIANTS DE L'INIS
De gauche à droite, François Macerola, Michel Trudel, président – Locations Michel Trudel inc., Mel Hoppenheim, président – Mel's Cité du Cinéma, André Bureau, président – Astral Communications, Louis-Georges Girard – comédien, Pierre Roy, président-directeur général – Les Chaînes Télé Astral, Louise Spickler, directrice générale de l'INIS (Institut national de l'image et du son).

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

ENGAGEMENTS DE L'EXERCICE : 160,7 MILLIONS DE DOLLARS

Appui aux activités du secteur canadien du film, de la télévision et du multimédia

Les engagements de Téléfilm Canada sont les contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur privé canadien pour des activités de production, de développement, de distribution, de marketing, de doublage, de promotion, de développement industriel et de formation professionnelle, y compris les dépenses administratives afférentes.

En 1999-2000, ces engagements se sont élevés à 160,7 millions de dollars, comparativement à 172,4 millions de dollars au cours du précédent exercice.

Cette diminution est liée en grande partie au fait que le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision a administré cette année sa propre part de l'enveloppe du FCT consacrée au long métrage, soit 7,5 millions de dollars. Cette somme était auparavant administrée par Téléfilm. On note également une diminution des engagements du Fonds de financement de longs métrages (4 millions de dollars), un phénomène ponctuel qui s'explique par les cycles de production de l'industrie.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 31 des 160,7 millions de dollars engagés en 1999-2000 seront versés au cours du prochain exercice financier.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 15,1 millions de dollars, soit 9,3 % des engagements de l'exercice. Téléfilm estime que ce pourcentage est très performant, d'autant plus que la Société administre cinq bureaux qui offrent un large éventail de services personnalisés à ses clientèles, qu'elle gère une quinzaine de Fonds et programmes taillés sur mesure pour l'industrie de toutes les régions, et que son mandat est à la fois national et international. Les activités et services de Téléfilm constituent une valeur ajoutée réelle pour l'industrie canadienne, comme en témoigne l'essor croissant de celle-ci. Rappelons que les dépenses administratives ont diminué par rapport au début des années 1990, alors qu'elles atteignaient près de 12 %.

Ainsi que l'indique la double astérisque sur les *Engagements 1999-2000*, que l'on trouvera à la page suivante, le déménagement du siège social de Téléfilm en novembre 1999 a occasionné des dépenses non récurrentes de 1 958 000 $. Afin d'emménager dans des locaux moins coûteux à longue échéance, Téléfilm a dû sous-louer à coût réduit ses locaux précédents. Il est important de mentionner que ce déménagement permettra de réaliser des économies annuelles de plus de 700 000 $ jusqu'à la fin du bail actuel. Cette diminution se reflétera dans les dépenses administratives des prochains exercices.

Un modèle unique

Le modèle de Téléfilm Canada est unique au pays, et comprend un mandat national et international. Au cours de l'exercice 1999-2000, les dépenses administratives pour les activités et services de la Société à l'industrie ont été de 15,1 millions de dollars. Par ailleurs, les recettes générées par les investissements de la Société ont été nettement supérieures à ce montant puisqu'elle se sont élevées à plus de 24 millions de dollars, somme qui a été entièrement réinjectée dans l'industrie. Ainsi, non seulement les recettes dépassent-elles largement les dépenses administratives de Téléfilm, mais elles se traduisent par une plus grande productivité du secteur audiovisuel.

CAPACITÉ D'ENGAGEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

Contribution du gouvernement fédéral

La capacité d'engagement de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- une allocation parlementaire de 78,7 millions de dollars ; et
- des contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 58 millions de dollars, dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du FCT ; 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia ; et 2,4 millions de dollars pour les écoles nationales de formation.

Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 24 millions de dollars en 1999-2000. Les recettes de la Société contribuent à la diversité de l'appui de Téléfilm et à la vitalité de l'industrie canadienne. Réinjectées dans l'industrie, elles permettent à Téléfilm d'appuyer davantage la production et des activités connexes. Ainsi, chaque dollar investi par Téléfilm en production se traduit par quatre dollars en activité de production. On estime donc que les recettes réinjectées en production, soit 17 des 24 millions de dollars, auront généré cette année un volume de production additionnel de plus de 60 millions de dollars.

N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada pendant l'exercice 1999-2000, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société.

Pour faciliter la lecture, les nombres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

ENGAGEMENTS DE L'EXERCICE : 160,7 MILLIONS DE DOLLARS

Appui aux activités du secteur canadien du film, de la télévision et du multimédia

Les engagements de Téléfilm Canada sont les contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur privé canadien pour des activités de production, de développement, de distribution, de marketing, de doublage, de promotion, de développement industriel et de formation professionnelle, y compris les dépenses administratives afférentes.

En 1999-2000, ces engagements se sont élevés à 160,7 millions de dollars, comparativement à 172,4 millions de dollars au cours du précédent exercice.

Cette diminution est liée en grande partie au fait que le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision a administré cette année sa propre part de l'enveloppe du FCT consacrée au long métrage, soit 7,5 millions de dollars. Cette somme était auparavant administrée par Téléfilm. On note également une diminution des engagements du Fonds de financement de longs métrages (4 millions de dollars), un phénomène ponctuel qui s'explique par les cycles de production de l'industrie.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 31 des 160,7 millions de dollars engagés en 1999-2000 seront versés au cours du prochain exercice financier.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 15,1 millions de dollars, soit 9,3 % des engagements de l'exercice. Téléfilm estime que ce pourcentage est très performant, d'autant plus que la Société administre cinq bureaux qui offrent un large éventail de services personnalisés à ses clientèles, qu'elle gère une quinzaine de Fonds et programmes taillés sur mesure pour l'industrie de toutes les régions, et que son mandat est à la fois national et international. Les activités et services de Téléfilm constituent une valeur ajoutée réelle pour l'industrie canadienne, comme en témoigne l'essor croissant de celle-ci. Rappelons que les dépenses administratives ont diminué par rapport au début des années 1990, alors qu'elles atteignaient près de 12 %.

Ainsi que l'indique la double astérisque sur les Engagements 1999-2000, que l'on trouvera à la page suivante, le déménagement du siège social de Téléfilm en novembre 1999 a occasionné des dépenses non récurrentes de 1 958 000 $. Afin d'emménager dans des locaux moins coûteux à longue échéance, Téléfilm a dû sous-louer à coût réduit ses locaux précédents. Il est important de mentionner que ce déménagement permettra de réaliser des économies annuelles de plus de 700 000 $ jusqu'à la fin du bail actuel. Cette diminution se reflétera dans les dépenses administratives des prochains exercices.

Un modèle unique

Le modèle de Téléfilm Canada est unique au pays, et comprend un mandat national et international. Au cours de l'exercice 1999-2000, les dépenses administratives pour les activités et services de la Société à l'industrie ont été de 15,1 millions de dollars. Par ailleurs, les recettes générées par les investissements de la Société ont été nettement supérieures à ce montant puisqu'elle se sont élevées à plus de 24 millions de dollars, somme qui a été entièrement réinjectée dans l'industrie. Ainsi, non seulement les recettes dépassent-elles largement les dépenses administratives de Téléfilm, mais elles se traduisent par une plus grande productivité du secteur audiovisuel.

CAPACITÉ D'ENGAGEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

Contribution du gouvernement fédéral

La capacité d'engagement de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- une allocation parlementaire de 78,7 millions de dollars ; et
- des contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 58 millions de dollars, dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du FCT ; 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia ; et 2,4 millions de dollars pour les écoles nationales de formation.

Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 24 millions de dollars en 1999-2000. Les recettes de la Société contribuent à la diversité de l'appui de Téléfilm et à la vitalité de l'industrie canadienne. Réinjectées dans l'industrie, elles permettent à Téléfilm d'appuyer davantage la production et des activités connexes. Ainsi, chaque dollar investi par Téléfilm en production se traduit par quatre dollars en activité de production. On estime donc que les recettes réinjectées en production, soit 17 des 24 millions de dollars, auront généré cette année un volume de production additionnel de plus de 60 millions de dollars.

N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada pendant l'exercice 1999-2000, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société.

Pour faciliter la lecture, les nombres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

ENGAGEMENTS 1999-2000

	Engagements pour de nouveaux projets En millions de dollars	Modifications aux engagements des années précédentes* En millions de dollars	Total En millions de dollars
FCT – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL			
Production	92,5	-0,2	92,3
Développement	3,8	0,4	4,2
Total	**96,3**	**0,2**	**96,5**
FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES			
Production	14,1	0,4	14,5
Développement	1,6	0,6	2,2
Total	**15,7**	**1,0**	**16,7**
PROGRAMME DE PARTAGE DES REVENUS DE PRODUCTION	**1,5**	**0,5**	**2,0**
FONDS D'AIDE AUX ACTIVITÉS COMMERCIALES DE PRODUCTION	**0,0**	**-0,2**	**-0,2**
FONDS POUR LE MULTIMÉDIA	**5,9**	**0,0**	**5,9**
COPRODUCTIONS OFFICIELLES (MINI-TRAITÉS)	**1,3**	**0,0**	**1,3**
FONDS D'AIDE AU DOUBLAGE ET AU SOUS-TITRAGE	**2,1**	**0,0**	**2,1**
FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES	**10,2**	**0,7**	**10,9**
AUTRES FORMES D'AIDE			
Fonds régulier – Production et développement	0,4	0,0	0,4
Marketing national	0,8	0,0	0,8
Marketing international	0,5	0,0	0,5
Participation aux marchés	0,8	0,0	0,8
Participation aux festivals étrangers	0,5	0,0	0,5
Subventions aux festivals canadiens	1,4	0,5	1,9
Développement industriel et professionnel	1,9	0,2	2,1
Développement professionnel – Écoles de formation	1,9	0,9	2,8
Autres formes d'aide	0,6	0,0	0,6
Total	**8,8**	**1,6**	**10,4**
DÉPENSES ADMINISTRATIVES**	**0,0**	**0,0**	**15,1**
TOTAL	**141,8**	**3,8**	**160,7**

* Incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.

** Exclut les dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision ainsi que la perte découlant d'un contrat de location-exploitation.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

FAITS SAILLANTS

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

TÉLÉFILM CANADA : AU CŒUR DES POLITIQUES CULTURELLES CANADIENNES

Téléfilm collabore avec l'ensemble du milieu audiovisuel pour que l'industrie évolue dans un environnement favorable à la création de produits diversifiés et d'une grande valeur culturelle.

Au Canada, offrir aux créateurs la possibilité de s'exprimer et de rejoindre le public repose sur un système dynamique et complexe incluant une industrie qui donne vie au contenu canadien, un vaste système de télédistribution et des organismes de réglementation et de financement qui témoignent d'une volonté politique d'appuyer le contenu canadien.

En tant qu'organisme d'État et partenaire de l'industrie, Téléfilm Canada a participé activement, en 1999-2000, au développement des politiques publiques de financement, notamment pour le long métrage, dans le cadre d'une future politique nationale.

Une Société à l'écoute

Téléfilm est à l'écoute du milieu audiovisuel. Ses bureaux sont en contact quotidien avec l'industrie, et leur connaissance des besoins financiers, stratégiques et promotionnels de celle-ci inspire le plan d'affaires quinquennal et les plans d'affaires régionaux. De plus, Téléfilm travaille en interrelation avec les associations du milieu, dont l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, l'Association canadienne de production de film et télévision, et le nouveau regroupement national du multimédia, IMPAC.

FORTIER
[illegible]
Chaque semaine, plus de 1 850 000 telespectateurs vivent au rythme d'Anne Fortier, une psychologue membre d'un corps d'elite charge d'elucider des crimes bizarres. Cette serie dramatique a même, à quelques reprises, depasse les 2 000 000 de telespectateurs

Télévision, long métrage, multimédia

En 1999, Téléfilm Canada a participé aux consultations du Fonds canadien de télévision et à la définition des principes directeurs 2000-2001. Les exercices précédents ayant été fructueux à maints égards, la continuité était à l'ordre du jour, notamment quant aux exigences en matière de contenu canadien. Cependant, pour répondre aux vœux de l'industrie, le FCT a visé plus de transparence, a tenu compte davantage des priorités des télédiffuseurs, a assoupli ses exigences à l'égard de certains types de productions comme les documentaires, la production en langues autochtones et les coproductions, et a créé des mesures incitatives pour les PME, la production en région et en situation linguistique minoritaire.

Même si la création d'un nouveau fonds pour le long métrage a été mise en veilleuse cette année, Téléfilm a continué de travailler à ce dossier prioritaire en collaboration avec l'industrie et le ministère du Patrimoine canadien. Ainsi, un groupe de travail de la Société a été chargé d'élaborer un nouveau modèle de financement du long métrage qui serait davantage axé sur le marché et qui favoriserait l'audace et la performance. Par ailleurs, l'organisme a utilisé au mieux les ressources disponibles, ce qui s'est traduit par des projets de qualité et un meilleur appui à la relève, aux PME et au développement international des entreprises.

Créé en 1998, le Fonds pour le multimédia est crucial pour une industrie qui se veut à la fine pointe des nouvelles technologies. Au cours de l'exercice, le ministère a commandé une étude sur l'impact et le rendement du Fonds. De plus, Téléfilm a continué de travailler avec le comité consultatif du Fonds et a formé son propre groupe de travail interne pour mieux cerner les tendances du marché des nouveaux médias. La Société collaborera à l'évaluation statutaire du Fonds qui aura lieu en 2000-2001. On peut donc prévoir que le Fonds évoluera au cours de la prochaine année, notamment en ce qui concerne les outils financiers qu'il offre à l'industrie et le poids relatif du soutien qu'il accorde au développement, à la production et au marketing.

Contributions aux audiences du CRTC

Téléfilm participe régulièrement aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). En juin 1999, la

POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE DU LONG MÉTRAGE
Miser sur le marché et favoriser l'audace

Téléfilm et le ministère du Patrimoine canadien ont élaboré un nouveau projet de politique pour le long métrage. Cinq objectifs ont été identifiés :

- que le cinéma canadien rejoigne un plus grand auditoire au pays tout d'abord et ensuite sur la scène internationale ;
- que la production canadienne soit de très grande qualité, culturellement pertinente pour les Canadiens et attrayante pour les cinéphiles de tous les coins du monde ;
- que la production augmente pour que les cinéastes canadiens puissent travailler dans la continuité et qu'il y ait une masse critique de films canadiens sur les écrans ;
- que les politiques et programmes encouragent la performance, c'est-à-dire le succès culturel et commercial ;
- que la relève soit appuyée efficacement et trouve sa place dans un environnement axé sur le savoir.

TÉLÉFILM CANADA : AU CŒUR DES POLITIQUES CULTURELLES CANADIENNES

Téléfilm collabore avec l'ensemble du milieu audiovisuel pour que l'industrie évolue dans un environnement favorable à la création de produits diversifiés et d'une grande valeur culturelle.

Au Canada, offrir aux créateurs la possibilité de s'exprimer et de rejoindre le public repose sur un système dynamique et complexe incluant une industrie qui donne vie au contenu canadien, un vaste système de télédistribution et des organismes de réglementation et de financement qui témoignent d'une volonté politique d'appuyer le contenu canadien.

En tant qu'organisme d'État et partenaire de l'industrie, Téléfilm Canada a participé activement, en 1999-2000, au développement des politiques publiques de financement, notamment pour le long métrage, dans le cadre d'une future politique nationale.

FORTIER
r. François Gingras, Érik Canuel
Aetios Productions
Chaque semaine, plus de 1 850 000 téléspectateurs vivent au rythme d'Anne Fortier, une psychologue membre d'un corps d'élite chargé d'élucider des crimes bizarres. Cette série dramatique a même, à quelques reprises, dépassé les 2 000 000 de téléspectateurs.

Télévision, long métrage, multimédia

En 1999, Téléfilm Canada a participé aux consultations du Fonds canadien de télévision et à la définition des principes directeurs 2000-2001. Les exercices précédents ayant été fructueux à maints égards, la continuité était à l'ordre du jour, notamment quant aux exigences en matière de contenu canadien. Cependant, pour répondre aux vœux de l'industrie, le FCT a visé plus de transparence, a tenu compte davantage des priorités des télédiffuseurs, a assoupli ses exigences à l'égard de certains types de productions comme les documentaires, la production en langues autochtones et les coproductions, et a créé des mesures incitatives pour les PME, la production en région et en situation linguistique minoritaire.

Même si la création d'un nouveau fonds pour le long métrage a été mise en veilleuse cette année, Téléfilm a continué de travailler à ce dossier prioritaire en collaboration avec l'industrie et le ministère du Patrimoine canadien. Ainsi, un groupe de travail de la Société a été chargé d'élaborer un nouveau modèle de financement du long métrage qui serait davantage axé sur le marché et qui favoriserait l'audace et la performance. Par ailleurs, l'organisme a utilisé au mieux les ressources disponibles, ce qui s'est traduit par des projets de qualité et un meilleur appui à la relève, aux PME et au développement international des entreprises.

Créé en 1998, le Fonds pour le multimédia est crucial pour une industrie qui se veut à la fine pointe des nouvelles technologies. Au cours de l'exercice, le ministère a commandé une étude sur l'impact et le rendement du Fonds. De plus, Téléfilm a continué de travailler avec le comité consultatif du Fonds et a formé son propre groupe de travail interne pour mieux cerner les tendances du marché des nouveaux médias. La Société collaborera à l'évaluation statutaire du Fonds qui aura lieu en 2000-2001. On peut donc prévoir que le Fonds évoluera au cours de la prochaine année, notamment en ce qui concerne les outils financiers qu'il offre à l'industrie et le poids relatif du soutien qu'il accorde au développement, à la production et au marketing.

Contributions aux audiences du CRTC

Téléfilm participe régulièrement aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). En juin 1999, la

Une Société à l'écoute

Téléfilm est à l'écoute du milieu audiovisuel. Ses bureaux sont en contact quotidien avec l'industrie, et leur connaissance des besoins financiers, stratégiques et promotionnels de celle-ci inspire le plan d'affaires quinquennal et les plans d'affaires régionaux. De plus, Téléfilm travaille en interrelation avec les associations du milieu, dont l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, l'Association canadienne des distributeurs et exportateurs de films, l'Association canadienne de production de film et télévision, et le nouveau regroupement national du multimédia, IMPAC.

POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE DU LONG MÉTRAGE
Miser sur le marché et favoriser l'audace

Téléfilm et le ministère du Patrimoine canadien ont élaboré un nouveau projet de politique pour le long métrage. Cinq objectifs ont été identifiés :

- **que le cinéma canadien rejoigne un plus grand auditoire au pays tout d'abord et ensuite sur la scène internationale ;**
- **que la production canadienne soit de très grande qualité, culturellement pertinente pour les Canadiens et attrayante pour les cinéphiles de tous les coins du monde ;**
- **que la production augmente pour que les cinéastes canadiens puissent travailler dans la continuité et qu'il y ait une masse critique de films canadiens sur les écrans ;**
- **que les politiques et programmes encouragent la performance, c'est-à-dire le succès culturel et commercial ;**
- **que la relève soit appuyée efficacement et trouve sa place dans un environnement axé sur le savoir.**

Société a salué la nouvelle politique du CRTC sur la télévision comme étant un engagement ferme envers le contenu canadien, le CRTC ayant notamment décidé d'inclure les émissions produites en région dans la catégorie des émissions prioritaires et de favoriser l'augmentation des dramatiques canadiennes aux heures de grande écoute. Téléfilm avait recommandé que le CRTC continue d'avoir des exigences à l'égard des radiodiffuseurs, entre autres pour la diffusion aux heures de grande écoute et la programmation de dramatiques, de documentaires et de longs métrages.

Dans ses avis au CRTC en 1999-2000, Téléfilm a mis l'accent sur la nécessité d'encourager les télédistributeurs à appuyer la production régionale, le cinéma canadien, la diversité culturelle, les communautés en situation linguistique minoritaire et les communautés autochtones. L'accessibilité des produits dans toutes les régions, de même que l'essor du contenu canadien dans les nouvelles technologies dont l'Internet, ont aussi été au cœur des interventions de la Société.

Scène internationale : une expertise à partager

Organisme d'État d'un pays qui a pris fermement position en faveur de la diversité culturelle et qui a signé des accords de coproduction avec 55 pays, Téléfilm jouit d'un prestige considérable sur la scène internationale. L'expertise internationale unique de la Société est d'ailleurs fréquemment sollicitée par des organismes et professionnels canadiens et étrangers, et Téléfilm joue un rôle important en regard des stratégies internationales des PME canadiennes. Elle agit entre autres comme un agent de développement des relations audiovisuelles avec l'Europe, l'Asie et les pays hispaniques.

L'exportation des produits culturels canadiens est une priorité du gouvernement fédéral et Téléfilm collabore à cette fin avec d'autres organismes fédéraux et provinciaux, de même qu'avec des ministères dont Industrie Canada et le ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

ADIEU MES SŒURS
r. Paul Bourgeault
Les Productions Avanti Ciné Vidéo inc.
Présenté à Radio-Canada dans le cadre de l'émission *Zone libre*, ce documentaire d'auteur de la réputée journaliste et animatrice Denise Bombardier sur les religieuses a reçu les louanges unanimes des critiques et a intéressé près de un million de téléspectateurs. *Adieu mes sœurs* fut également diffusé à TV 5.

PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT

Une cuvée fascinante

La production canadienne de 1999-2000 est un fascinant kaléidoscope où l'on retrouve les couleurs parfois sombres, parfois éclatantes de la vie urbaine moderne, des personnages qui nous ressemblent, des incursions dans un passé aux multiples échos, des expéditions audacieuses au cœur de la science et du futur, et tous les signes d'une humanité en quête incessante de bonheur, de reconnaissance, de dépassement de soi et de justice.

Partir à la découverte des émissions de télévision, des longs métrages et des produits multimédias canadiens, c'est explorer des terres aimées ou inconnues, s'engager au cœur de l'aventure humaine, telle que vue, exprimée et interprétée par des Canadiens de grand talent, qu'ils soient de Moncton, d'Halifax, de St. John's, de Montréal, d'Ottawa, de Toronto, de Winnipeg, de Régina, de Calgary, de Vancouver ou du Nunavut.

Voici les faits saillants de cet exercice particulièrement fructueux sur le plan de la création.

Un record de 644 projets – télévision, longs métrages, nouveaux médias

L'exercice 1999-2000 a constitué une année record sur le plan de la création télévisuelle, cinématographique et multimédia : 644 projets de production et de développement ont vu le jour, comparativement à 503 en 1996-1997, 506 en 1997-1998 et 588 en 1998-1999.

Les secteurs de la télévision, du cinéma et du multimédia ont fait preuve d'un dynamisme remarquable, proposant des projets de qualité, au contenu canadien diversifié, et destinés à un large public.

Téléfilm assume 24 % des devis

Le nombre de projets a augmenté tant en production qu'en développement. Téléfilm a appuyé 290 projets de production et 354 projets de développement dont les devis se sont élevés à 504 millions de dollars. La contribution de la Société, 121 millions de dollars, a représenté 24 % de cette activité audiovisuelle.

La production de l'exercice s'est traduite par quelque 16 000 emplois directs et indirects à travers

LA MAISON DU MAGICIEN/ THE MAGICIAN'S HOUSE
r. Paul Lynch
Forefront Entertainment/ Kudos Productions
Dans cette série d'action coproduite avec le Royaume-Uni, trois enfants sont confrontés à des sorciers qui voyagent dans le temps et à des animaux qui ont le pouvoir de parler. La série a été vendue notamment en Australie, au Danemark, en Finlande, en France, en Allemagne, en Irlande, à Hong Kong, aux Pays-bas, au Sri Lanka et au Proche-Orient.

INUIT PIQUSINGIT – INUIT WAYS, INUIT SURVIVAL
r. Noah Papatsie, Sylvia Cloutier, David Maltby
Inuit Communications Systems Ltd
Inuit d'hier, Inuit d'aujourd'hui, voilà l'essence de cette grande série d'aventure diffusée à l'automne sur le réseau Aboriginal Peoples Television Network (APTN). Un site Internet (www.icsl.ca/piq) a été développé en parallèle à la série.

le pays. Quelque 475 compagnies, dont la majorité sont des PME, ont bénéficié de l'appui financier de Téléfilm.

Des résultats positifs sur les plans linguistique et régional
Téléfilm encourage de façon équitable la prodution dans les deux langues officielles, comme on peut le voir dans le tableau suivant. La Société porte une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire. Cette année, l'appui de la Société à 58 projets de ce type s'est élevée à plus de 11 millions de dollars, soit 9 % des ressources en production et développement.

Développement et production

Répartition linguistique des ressources	
Projets en français	32,7 %
Projets en anglais	65,6 %
Projets en langues autochtones	1,7 %

Répartition régionale des ressources	
Québec	36,8 %
Ontario	31,3 %
Région de l'Ouest	24,5 %
Région atlantique	7,4 %

Le mandat du FCT permet aussi à la Société de jouer un rôle important en regard de la production en langues autochtones. Les œuvres de cette année font entendre, entre autres, l'innut, l'inuktitut, le déné, l'ojibway, le cri, l'oji-cri, le kaska et le kwakuitl.

Depuis quatre ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées aux projets régionaux – c'est-à-dire ceux qui proviennent d'autres villes que Montréal et Toronto – n'a cessé d'augmenter. Elle se situe à 34 % en 1999-2000. On note une augmentation des activités en Colombie Britannique, au Manitoba, dans la région du Nord et à l'Île du Prince-Édouard.

La contribution de Téléfilm aux projets de la Colombie-Britannique est la plus élevée de toute son histoire, soit 20,2 millions de dollars ou 17,3 % des ressources engagées en production et en développement. L'activité audiovisuelle a aussi été fructueuse au Manitoba, où la contribution de la Société a presque triplé en raison de dramatiques comme *The Adventures of Shirley Holmes* et de plusieurs documentaires d'envergure dont ceux de la série *Francophonies d'Amérique*.

Fonds pour la production et le développement
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital, (96,5 millions de dollars)
Le FCT est un partenariat des secteurs public et privé créé en 1996 par le gouvernement canadien et l'industrie de télévision par câble. Téléfilm administre le Programme de participation au capital du FCT, qui appuie l'industrie de la télévision et du long métrage, incluant les projets en langues autochtones.

Fonds de financement de longs métrages (16,7 millions de dollars)
Créé en 1986, ce fonds soutient la production et le développement de longs métrages destinés aux salles, en français et en anglais.

Fonds pour le multimédia (4,3 millions de dollars*)
Créé en 1998, ce fonds appuie le développement, la production et le marketing (* cette somme exclut les projets de marketing) de produits multimédias destinés au grand public, dans les domaines éducatif, ludo-éducatif et du divertissement.

Téléfilm Canada est aussi un partenaire des créateurs par l'entremise :

- de *mini-traités avec la France* (*1,3 million de dollars*) ; il s'agit de ressources pour la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement en télévision.
- du *Fonds régulier* (*400 000 dollars*), qui appuie surtout des projets à petit budget produits en région ;

Un coup de pouce aux PME pour le développement

En 1999-2000, Téléfilm a alloué 9 millions de dollars au développement et à la scénarisation de nouveaux projets, soit près de 8 % des ressources en production et développement de l'exercice. Cette activité assure un renouvellement constant du contenu canadien destiné aux petit et grand écrans et aux nouveaux médias. En juin 1999, Téléfilm annonçait par ailleurs que seules les PME auraient désormais accès aux ressources en développement.

Au moment de cette annonce, François Macerola déclarait : « Les PME sont la pierre angulaire de l'industrie canadienne. Plus de 90 % des clients de Téléfilm sont des PME, et les entreprises cotées en bourse aujourd'hui étaient des PME il n'y a pas si longtemps. Le développement est une activité à haut risque. Notre initiative fera en sorte qu'une somme plus importante sera accessible à un plus grand nombre de PME. »

- et du *Programme de partage des revenus de production* (*2 millions de dollars*) ; ce programme destiné aux PME peut être utilisé pour le développement ou la production.

46 nouveaux longs métrages sur les écrans
Le long métrage est un haut-lieu de la créativité canadienne et Téléfilm Canada lui apporte un appui substantiel par l'entremise de cinq fonds et programmes, dont le Programme de participation au capital du FCT et le Fonds de financement de longs métrages. Cette année, 46 longs métrages ont vu le jour grâce à la participation de la Société, qui y a alloué 22,6 millions de dollars. Les devis totaux de ces films s'élevaient à 131 millions de dollars.

Du côté du long métrage, la cuvée 1999-2000 comprend des réalisateurs d'expérience dont Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau et Robert Favreau.

On note avec plaisir le retour de Clement Virgo, de Denis Villeneuve, d'Arto Paragamian, de Gabriel Pelletier, de Denise Filiatrault et de John Fawcett, dont les premières œuvres avaient été fort remarquées.

La relève est en force avec plusieurs premiers longs métrages. Des noms à retenir : Rosemary House (Terre-Neuve), Andrea Dorfman (Nouvelle-Écosse), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto) et Arne Olsen (Vancouver), parmi beaucoup d'autres.

Le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars, si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

La Société a consacré 40 % de ses ressources pour le long métrage à des projets en français et 60 % à des projets en anglais. Ces projets sont issus de toutes les régions.

LE VIEIL HOMME ET LA MER
r. Alexander Petrov
Productions Pascal Blais
Récipiendaire d'une douzaine de prix prestigieux dont l'Oscar du meilleur court métrage d'animation et le Prix du meilleur film IMAX en 2D, *Le Vieil Homme et la mer* est une adaptation, en quelque 29 000 images peintes à l'huile, du célèbre récit d'Ernest Hemingway.

RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL DE L'INDUSTRIE ET DES PRODUITS CANADIENS

Téléfilm Canada contribue à l'augmentation des auditoires des produits canadiens, au pays et à l'étranger. De plus, la Société encourage les partenariats internationaux de l'industrie canadienne, ce qui ouvre de nouveaux marchés. Plusieurs fonds, programmes et activités de communications contribuent de façon efficace à la réalisation du mandat de Téléfilm quant à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia. La Société y a alloué près de 20 millions de dollars en 1999-2000.

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (10,9 millions de dollars)
Ce fonds s'adresse principalement aux distributeurs canadiens reconnus et les aide à acquérir les droits de distribution de longs métrages canadiens et à assurer leur mise en marché.

Doublage

Quarante-neuf productions ont été doublées ou sous-titrées dans l'une ou l'autre des langues officielles ; 76 % des allocations ont été accordées pour le doublage en version française et 24 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, 83 % des engagements ont été alloués à des productions télévisuelles.

Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (2,1 millions de dollars)
Ce fonds permet une meilleure circulation des œuvres canadiennes en assurant leur disponibilité dans les deux langues officielles, tant à la télévision que dans les salles de cinéma.

Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes (1,3 million de dollars)
Ce fonds comprend un volet national (tests de marché, lancement, publicité et promotion) et

POSSIBLE WORLDS
r. Robert Lepage
The East Side Film Co. / In Extremis Images
Pour son premier long métrage en anglais, le réputé Robert Lepage a imaginé un univers où s'entrecroisent science, philosophie et sensationnalisme. Le film sera présenté en première mondiale au Festival du film de Venise 2000, et en première nord-américaine au Festival de Toronto.

INUIT PIQUSINGIT – INUIT WAYS, INUIT SURVIVAL

[illegible]

Inuit d'hier, Inuit d'aujourd'hui, voilà l'essence de cette grande série d'aventure diffusée à l'automne sur le réseau Aboriginal Peoples Television Network (APTN). Un site Internet (www.icst.ca/piq) a été développé en parallèle à la série.

le pays. Quelque 475 compagnies, dont la majorité sont des PME, ont bénéficié de l'appui financier de Téléfilm.

Des résultats positifs sur les plans linguistique et régional

Téléfilm encourage de façon équitable la prodution dans les deux langues officielles, comme on peut le voir dans le tableau suivant. La Société porte une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire. Cette année, l'appui de la Société à 58 projets de ce type s'est élevée à plus de 11 millions de dollars, soit 9 % des ressources en production et développement.

Développement et production

Répartition linguistique des ressources	
Projets en français	32,7 %
Projets en anglais	65,6 %
Projets en langues autochtones	1,7 %

Répartition régionale des ressources	
Québec	36,8 %
Ontario	31,3 %
Région de l'Ouest	24,5 %
Région atlantique	7,4 %

Le mandat du FCT permet aussi à la Société de jouer un rôle important en regard de la production en langues autochtones. Les œuvres de cette année font entendre, entre autres, l'innut, l'inuktitut, le déné, l'ojibway, le cri, l'oji-cri, le kaska et le kwakuitl.

Depuis quatre ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées aux projets régionaux – c'est-à-dire ceux qui proviennent d'autres villes que Montréal et Toronto – n'a cessé d'augmenter. Elle se situe à 34 % en 1999-2000. On note une augmentation des activités en Colombie Britannique, au Manitoba, dans la région du Nord et à l'Île du Prince-Édouard.

La contribution de Téléfilm aux projets de la Colombie-Britannique est la plus élevée de toute son histoire, soit 20,2 millions de dollars ou 17,3 % des ressources engagées en production et en développement. L'activité audiovisuelle a aussi été fructueuse au Manitoba, où la contribution de la Société a presque triplé en raison de dramatiques comme *The Adventures of Shirley Holmes* et de plusieurs documentaires d'envergure dont ceux de la série *Francophonies d'Amérique*.

Fonds pour la production et le développement
Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital, (96,5 millions de dollars)

Le FCT est un partenariat des secteurs public et privé créé en 1996 par le gouvernement canadien et l'industrie de télévision par câble. Téléfilm administre le Programme de participation au capital du FCT, qui appuie l'industrie de la télévision et du long métrage, incluant les projets en langues autochtones.

Fonds de financement de longs métrages (16,7 millions de dollars)

Créé en 1986, ce fonds soutient la production et le développement de longs métrages destinés aux salles, en français et en anglais.

Fonds pour le multimédia (4,3 millions de dollars*)

Créé en 1998, ce fonds appuie le développement, la production et le marketing (* cette somme exclut les projets de marketing) de produits multimédias destinés au grand public, dans les domaines éducatif, ludo-éducatif et du divertissement.

Téléfilm Canada est aussi un partenaire des créateurs par l'entremise :

- de *mini-traités avec la France* (*1,3 million de dollars*) ; il s'agit de ressources pour la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement en télévision.
- du *Fonds régulier* (*400 000 dollars*), qui appuie surtout des projets à petit budget produits en région ;

Un coup de pouce aux PME pour le développement

En 1999-2000, Téléfilm a alloué 9 millions de dollars au développement et à la scénarisation de nouveaux projets, soit près de 8 % des ressources en production et développement de l'exercice. Cette activité assure un renouvellement constant du contenu canadien destiné aux petit et grand écrans et aux nouveaux médias. En juin 1999, Téléfilm annonçait par ailleurs que seules les PME auraient désormais accès aux ressources en développement.

Au moment de cette annonce, François Macerola déclarait : « Les PME sont la pierre angulaire de l'industrie canadienne. Plus de 90 % des clients de Téléfilm sont des PME, et les entreprises cotées en bourse aujourd'hui étaient des PME il n'y a pas si longtemps. Le développement est une activité à haut risque. Notre initiative fera en sorte qu'une somme plus importante sera accessible à un plus grand nombre de PME. »

- et du *Programme de partage des revenus de production (2 millions de dollars)* ; ce programme destiné aux PME peut être utilisé pour le développement ou la production.

46 nouveaux longs métrages sur les écrans
Le long métrage est un haut-lieu de la créativité canadienne et Téléfilm Canada lui apporte un appui substantiel par l'entremise de cinq fonds et programmes, dont le Programme de participation au capital du FCT et le Fonds de financement de longs métrages. Cette année, 46 longs métrages ont vu le jour grâce à la participation de la Société, qui y a alloué 22,6 millions de dollars. Les devis totaux de ces films s'élevaient à 131 millions de dollars.

Du côté du long métrage, la cuvée 1999-2000 comprend des réalisateurs d'expérience dont Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau et Robert Favreau.

On note avec plaisir le retour de Clement Virgo, de Denis Villeneuve, d'Arto Paragamian, de Gabriel Pelletier, de Denise Filiatrault et de John Fawcett, dont les premières œuvres avaient été fort remarquées.

La relève est en force avec plusieurs premiers longs métrages. Des noms à retenir : Rosemary House (Terre-Neuve), Andrea Dorfman (Nouvelle-Écosse), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto) et Arne Olsen (Vancouver), parmi beaucoup d'autres.

Le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars, si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

La Société a consacré 40 % de ses ressources pour le long métrage à des projets en français et 60 % à des projets en anglais. Ces projets sont issus de toutes les régions.

LE VIEIL HOMME ET LA MER
Réalisation : Alexandre Petrov
Production : Pascal Blais
Récipiendaire d'une douzaine de prix prestigieux dont l'Oscar du meilleur court métrage d'animation et le Prix du meilleur film IMAX en 2D, *Le Vieil Homme et la mer* est une adaptation, en quelque 29 000 images peintes à l'huile, du célèbre récit d'Ernest Hemingway.

RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL DE L'INDUSTRIE ET DES PRODUITS CANADIENS

Téléfilm Canada contribue à l'augmentation des auditoires des produits canadiens, au pays et à l'étranger. De plus, la Société encourage les partenariats internationaux de l'industrie canadienne, ce qui ouvre de nouveaux marchés. Plusieurs fonds, programmes et activités de communications contribuent de façon efficace à la réalisation du mandat de Téléfilm quant à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia. La Société y a alloué près de 20 millions de dollars en 1999-2000.

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (10,9 millions de dollars)
Ce fonds s'adresse principalement aux distributeurs canadiens reconnus et les aide à acquérir les droits de distribution de longs métrages canadiens et à assurer leur mise en marché.

Doublage

Quarante-neuf productions ont été doublées ou sous-titrées dans l'une ou l'autre des langues officielles ; 76 % des allocations ont été accordées pour le doublage en version française et 24 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, 83 % des engagements ont été alloués à des productions télévisuelles.

Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (2,1 millions de dollars)
Ce fonds permet une meilleure circulation des œuvres canadiennes en assurant leur disponibilité dans les deux langues officielles, tant à la télévision que dans les salles de cinéma.

Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes (1,3 million de dollars)
Ce fonds comprend un volet national (tests de marché, lancement, publicité et promotion) et

POSSIBLE WORLDS
Réalisation : Robert Lepage
Production : Ex Machina
Pour son premier long métrage en anglais, le réputé Robert Lepage a imaginé un univers où s'entrecroisent science, philosophie et sensationnalisme. Le film sera présenté en première mondiale au Festival du film de Venise 2000, et en première nord-américaine au Festival de Toronto.

Marketing

Grâce au Fonds d'aide au marketing, Téléfilm a alloué 800 000 $ au marketing canadien des produits et 500 000 $ au marketing international. Mentionnons que le Fonds pour le multimédia comprend un volet pour le marketing (1,6 million de dollars cette année) et que le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages appuie le marketing des longs métrages canadiens (3 millions de dollars cette année).

international (campagnes de promotion, publicité dans les magazines spécialisés, marketing lors des marchés, etc.).

Fonds pour le multimédia – volet marketing (1,6 million de dollars)
Tel qu'indiqué plus haut, ce fonds comprend trois volets : production, développement et marketing.

Le Canada à l'affiche (1,9 million de dollars)
Téléfilm appuie près de 30 festivals canadiens. Ces événements ont une programmation canadienne importante et plusieurs organisent des activités de marché et des forums internationaux.

HOSTAGES TO JUSTICE
Sun Kyung Yi
Ayuta Productions Inc.
D'abord présenté à CBC dans la série *Witness*, ce documentaire s intéresse au sort des Canadiens détenus à l'étranger et aux effets dévastateurs de cet emprisonnement sur leurs familles.

Communications

Téléfilm contribue à la reconnaissance de l'industrie par des publications – dont les catalogues de productions, des guides sur la coproduction et les industries étrangères, des bulletins, des répertoires – et des campagnes publicitaires à l'occasion des principaux festivals et marchés. Elle s'associe aussi à des publications et à des événements de l'industrie. De plus, elle participe à l'organisation de projections pour les parlementaires et dignitaires à Ottawa, dont celle de *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale*, en mars 2000.

DINNER AT THE EDGE
David Nixa
Sunny Films Inc.
Rappelant les films muets de Chaplin et Keaton, cette émission de variétés fusionne la danse, les arts du cirque... et les arts de la table. Un tourbillon musical qui a séduit le public de la chaîne Bravo!

Participation aux marchés (800 000 dollars)
Téléfilm a participé à neuf marchés internationaux de la télévision, du film et du multimédia, en France, aux États-Unis et au pays.

Festivals internationaux (500 000 dollars)
La Société appuie la présence canadienne dans les festivals internationaux, tant sur le plan logistique que promotionnel. Téléfilm maintient des liens avec quelque 200 festivals étrangers.

Autres formes d'aide (600 000 dollars)
Des publications, l'organisation d'événements, la promotion dans les festivals et marchés, le site Internet de Téléfilm et d'autres activités contribuent à la reconnaissance de l'industrie canadienne.

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Le succès de l'industrie à longue échéance repose sur sa capacité à produire et à mettre en marché des œuvres de qualité, mais aussi sur les efforts qui seront consentis pour le perfectionnement continu de ses membres et la formation d'une relève solide. L'industrie évolue dans un univers concurrentiel, en perpétuelle mutation, où la performance est tributaire du savoir.

Au cours de l'exercice, Téléfilm a engagé 4,9 millions de dollars dans l'ensemble du pays pour appuyer la formation et le développement, comparativement à 2,3 millions de dollars au cours de l'exercice précédent.

Téléfilm a donné plus de poids au Fonds de développement industriel et professionnel, dont les engagements sont passés de 1,1 à 2,1 millions de dollars et qui a financé des forums et des activités de formation, de perfectionnement, de recherches et de promotion. Par ailleurs, le ministère du Patrimoine canadien a augmenté les ressources du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo administré par Téléfilm, et la Société a pu allouer 2,8 millions de dollars à des écoles nationales de formation, comparativement à 1,2 million en 1998-1999.

Marketing

Grâce au Fonds d'aide au marketing, Téléfilm a alloué 800 000 $ au marketing canadien des produits et 500 000 $ au marketing international. Mentionnons que le Fonds pour le multimédia comprend un volet pour le marketing (1,6 million de dollars cette année) et que le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages appuie le marketing des longs métrages canadiens (3 millions de dollars cette année).

HOSTAGES TO JUSTICE
r. Sun Kyung-Yi
Aysha Productions Inc.
D'abord présenté à CBC dans la série *Witness*, ce documentaire s'intéresse au sort des Canadiens détenus à l'étranger et aux effets dévastateurs de cet emprisonnement sur leurs familles.

international (campagnes de promotion, publicité dans les magazines spécialisés, marketing lors des marchés, etc.).

Fonds pour le multimédia – volet marketing (1,6 million de dollars)
Tel qu'indiqué plus haut, ce fonds comprend trois volets : production, développement et marketing.

Le Canada à l'affiche (1,9 million de dollars)
Téléfilm appuie près de 30 festivals canadiens. Ces événements ont une programmation canadienne importante et plusieurs organisent des activités de marché et des forums internationaux.

Communications

Téléfilm contribue à la reconnaissance de l'industrie par des publications – dont les catalogues de productions, des guides sur la coproduction et les industries étrangères, des bulletins, des répertoires – et des campagnes publicitaires à l'occasion des principaux festivals et marchés. Elle s'associe aussi à des publications et à des événements de l'industrie. De plus, elle participe à l'organisation de projections pour les parlementaires et dignitaires à Ottawa, dont celle de *Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale*, en mars 2000.

DINNER AT THE EDGE
r. David New
Sienna Films Inc.
Rappelant les films muets de Chaplin et Keaton, cette émission de variétés fusionne la danse, les arts du cirque... et les arts de la table. Un tourbillon musical qui a séduit le public de la chaîne Bravo!

Participation aux marchés (800 000 dollars)
Téléfilm a participé à neuf marchés internationaux de la télévision, du film et du multimédia, en France, aux États-Unis et au pays.

Festivals internationaux (500 000 dollars)
La Société appuie la présence canadienne dans les festivals internationaux, tant sur le plan logistique que promotionnel. Téléfilm maintient des liens avec quelque 200 festivals étrangers.

Autres formes d'aide (600 000 dollars)
Des publications, l'organisation d'événements, la promotion dans les festivals et marchés, le site Internet de Téléfilm et d'autres activités contribuent à la reconnaissance de l'industrie canadienne.

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Le succès de l'industrie à longue échéance repose sur sa capacité à produire et à mettre en marché des œuvres de qualité, mais aussi sur les efforts qui seront consentis pour le perfectionnement continu de ses membres et la formation d'une relève solide. L'industrie évolue dans un univers concurrentiel, en perpétuelle mutation, où la performance est tributaire du savoir.

Au cours de l'exercice, Téléfilm a engagé 4,9 millions de dollars dans l'ensemble du pays pour appuyer la formation et le développement, comparativement à 2,3 millions de dollars au cours de l'exercice précédent.

Téléfilm a donné plus de poids au Fonds de développement industriel et professionnel, dont les engagements sont passés de 1,1 à 2,1 millions de dollars et qui a financé des forums et des activités de formation, de perfectionnement, de recherches et de promotion. Par ailleurs, le ministère du Patrimoine canadien a augmenté les ressources du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo administré par Téléfilm, et la Société a pu allouer 2,8 millions de dollars à des écoles nationales de formation, comparativement à 1,2 million en 1998-1999.

Un appui à plus de 50 institutions, associations et organismes

Ont bénéficié de ces ressources quatre écoles nationales de formation professionnelle, soit l'Institut national de l'image et du son (Montréal), le Centre canadien du film (Toronto), l'Institut national des arts de l'écran (Edmonton et Winnipeg) et le Réseau d'ateliers cinématographiques canadiens (Ottawa), de même qu'une cinquantaine d'associations, de festivals et d'organismes culturels. On y retrouve l'Académie canadienne du cinéma et de la télévision, l'Alliance pour l'enfant et la télévision, Media-Jeune, Praxis Film Development Workshops, Aboriginal Visions and Voices, le Banff Centre for Media and Visual Arts, Hot Docs, New Brunswick Filmmakers Coop et Women in Film and Television/Femmes du film et de la télévision.

Événements marquants

Il faut souligner deux événements d'importance. L'Aboriginal Training Tour a permis à des autochtones d'une dizaine de villes du Nord de parfaire leur connaissance de la production audiovisuelle. Et un programme d'immersion a fait en sorte qu'une quinzaine de professionnels francophones en situation linguistique minoritaire ont pu rencontrer les diffuseurs francophones de Montréal. Cette immersion, une première au pays, a été organisée avec le ministère du Patrimoine canadien et la nouvelle Alliance des producteurs francophones du Canada pour stimuler la production en français en dehors du Québec et pour en faciliter la diffusion.

Des programmes pour la relève

En 1999-2000, Téléfilm a contribué à l'essor de la relève par plusieurs programmes dont certains sont administrés en collaboration avec d'autres organismes. Il s'agit entre autres, dans l'Ouest, de *Drama Prize*, Kick Start et *Features First* ; dans la région atlantique, du Programme des nouveaux cinéastes ; de bourses aux étudiants de l'INIS à Montréal ; et d'une commandite du programme *Feature Film Project* à Toronto. Une vingtaine de jeunes producteurs, scénaristes et réalisateurs en ont bénéficié cette année. Ce sont les grands noms de demain !

RELATIONS INTERNATIONALES

Une nouvelle synergie pour un nouveau millénaire

L'année 1999-2000 a été le théâtre d'une restructuration importante de la direction des relations internationales, qui avait pour but de garantir une synergie maximale entre les trois principaux champs d'activité de l'équipe : les festivals et marchés, la coproduction internationale et le bureau européen de Paris.

Cette restructuration correspond à une nouvelle réalité. Depuis trois ans, le volume des activités internationales a beaucoup augmenté et l'expertise de Téléfilm est de plus en plus sollicitée. La nouvelle structure favorise une vision internationale globale, tout en améliorant les services offerts, en particulier ceux qui sont destinés aux PME.

THE WORST WITCH II
AMANDINE MALABUL II
r. Stefan Pleszczynski, Andrew Morgan, John Smith
Galafilm, coproduction avec le Royaume-Uni
Cette série pour enfants qui se déroule dans une étonnante Académie de sorcellerie est diffusée au Royaume-Uni, aux États-Unis et au Canada tant en version anglaise qu'en version française.

Coproductions internationales

À ce jour, 47 accords de coproduction ont été signés avec 55 pays, dont un accord conclu avec l'Autriche en 1999-2000. La coproduction encourage la création de projets aussi émouvants que divertissants tels que *Docteur Lucille : la remarquable histoire de Lucille Teasdale*, *Stardom* et *The Worst Witch III*. Téléfilm est fière que deux coproductions canadiennes, *Le Violon rouge* de François Girard et *Le Vieil Homme et la Mer* d'Alexander Petrov, aient remporté des oscars en mars 2000.

Grâce à diverses initiatives, dont les commissions mixtes avec les pays coproducteurs, Téléfilm veille à ce que les accords soient mis à jour en fonction du développement de l'industrie. En janvier 2000, une commission mixte avec la France s'est tenue à Montréal. Deux commissions techniques Canada-France auront lieu désormais chaque année. Nous pouvons nous attendre à une augmentation du nombre de coproductions et à une diversification de nos relations avec la France sur le front du multimédia.

DYING TO WIN
r. Ted Remerowski, Marrin Canell
Paradigm Pictures Corp.
Ce documentaire troublant sur l'usage des drogues par les athlètes fut diffusé en mars 2000 à CBC. L'émission figure également à la programmation d'automne de la chaîne américaine A&E.

Accréditation de 100 coproductions – devis de plus de 715 millions de dollars

Cette année, le service des coproductions a accrédité 100 projets de coproduction représentant des devis de plus de 715 millions de dollars. Parmi ces projets, on compte 76 émissions de télévision et 24 longs métrages. La France et le Royaume-Uni sont les pays coproducteurs les plus actifs avec le Canada. Bien que la majorité des coproductions soient signées avec des pays européens, de nouvelles alliances ont vu le jour avec l'Asie. Cette année, 19 pays ont signé des coproductions avec le Canada, dont l'Allemagne, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Irlande, l'Australie et Hong-Kong. Un fait à retenir : le nombre des coproductions d'animation a considérablement augmenté et représente, avec 51 projets, plus de la moitié des activités de coproduction de l'exercice.

Téléfilm investit 9,8 millions de dollars dans la coproduction

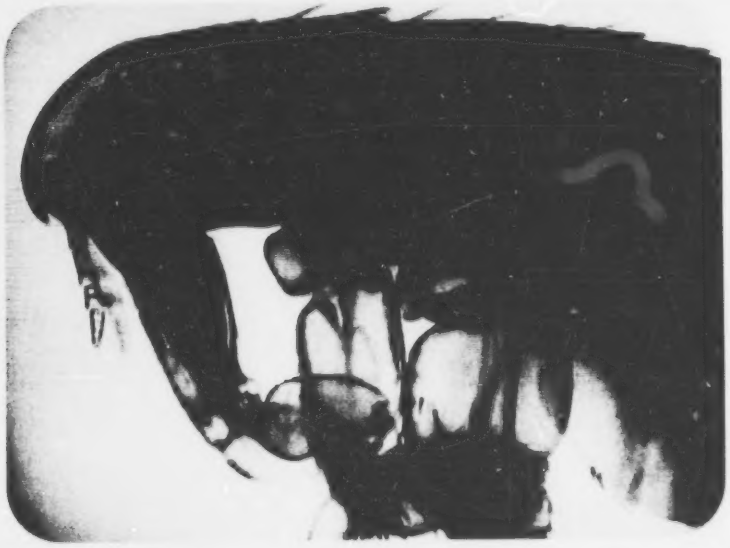
En plus de l'accréditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets qui présentent un intérêt culturel particulier. En 1999-2000, la Société a engagé 9,8 millions de dollars dans la production de 28 projets de coproduction. De même, près de 200 000 dollars ont été alloués à cinq projets de développement de coproduction, dont trois avec la France par l'intermédiaire de mini-traités et deux avec le Royaume-Uni dans le cadre du programme de développement de longs métrages *English-Language Cinema Plan* (ELCP).

Marchés internationaux

En 1999-2000, Téléfilm a participé à neuf marchés. Le Canada constitue une figure majeure de ces marchés :

- Télévision : MIP-TV et MIPCOM à Cannes, NATPE à la Nouvelle-Orléans ;
- Film : Festival international du film de Berlin, Festival international du film de Cannes et Independent Feature Film Market de New York ;
- Multimédia : MILIA à Cannes, E^3 à Los Angeles et MIM à Montréal.

ANIMA III
+ Denise Payette
Cette fascinante série documentaire sur le monde des animaux et ce qu'ils peuvent nous apprendre est diffusée dans une dizaine de pays, tant en Asie qu'en Europe.



Vers le développement international des PME

Au cours de l'exercice, plusieurs initiatives sont allées en ce sens. Par exemple :

- les frais de participation des PME au stand de Téléfilm dans les marchés européens ont été réduits ;
- le programme de marketing international a été réservé aux PME ;
- le bureau de Vancouver a facilité la participation des PME de l'Ouest à l'édition 2000 de l'International Film Financing Conference (IFFCON) à San Francisco, un événement qui offre d'excellentes occasions de se promouvoir auprès des acheteurs du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie ;
- le bureau de l'Atlantique a financé le symposium *Strategic Partners* au Festival du film de l'Atlantique, pour faciliter les relations d'affaires des PME avec les pays nordiques ;
- l'immersion documentaire à Paris, organisée par le bureau européen, a regroupé des représentants des PME de toutes les régions.

Quelque 70 entreprises ont partagé le stand de Téléfilm dans les marchés internationaux en 1999-2000. La plupart sont des PME qui représentent toutes les régions du pays. Téléfilm offre une large gamme de services à sa clientèle : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de réunions, participation à des conférences et à des discussions avec les délégations et associations étrangères.

À l'ère de la convergence numérique, Téléfilm Canada mise sur les nouveaux médias. Au E^3, la plus importante foire internationale de produits de divertissement interactifs, son stand a accueilli 18 compagnies canadiennes. À la suite d'un sondage très positif sur la pertinence de ses activités dans les marchés et sur les besoins de l'industrie du multimédia, Téléfilm participera aussi au ECTS (European Computer Trade Show) à Londres, en 2000.

Les marchés permettent à Téléfilm d'accroître son partenariat avec des associations telles que IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), les ministères fédéraux et les organismes provinciaux afin de maximiser les ressources offertes. L'industrie des nouveaux médias est en plein essor, et Téléfilm a soutenu des initiatives visant l'expansion de ce secteur, dont le lancement, à l'occasion du MILIA, du magazine *Convergence* et du guide d'IMPAC, *New Media in Canada*.

Au palmarès : 1 216 inscriptions à 90 événements internationaux

Le bureau des festivals internationaux continue de promouvoir les produits canadiens à l'étranger. En 1999-2000, il a procédé à 1 216 inscriptions canadiennes dans 90 festivals et événements internationaux, une hausse remarquable par rapport aux 1 171 inscriptions de l'année précédente. Les productions canadiennes ont remporté plus de 30 prix

Accréditation de 100 coproductions – devis de plus de 715 millions de dollars

Cette année, le service des coproductions a accrédité 100 projets de coproduction représentant des devis de plus de 715 millions de dollars. Parmi ces projets, on compte 76 émissions de télévision et 24 longs métrages. La France et le Royaume-Uni sont les pays coproducteurs les plus actifs avec le Canada. Bien que la majorité des coproductions soient signées avec des pays européens, de nouvelles alliances ont vu le jour avec l'Asie. Cette année, 19 pays ont signé des coproductions avec le Canada, dont l'Allemagne, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Irlande, l'Australie et Hong-Kong. Un fait à retenir : le nombre des coproductions d'animation a considérablement augmenté et représente, avec 51 projets, plus de la moitié des activités de coproduction de l'exercice.

Téléfilm investit 9,8 millions de dollars dans la coproduction

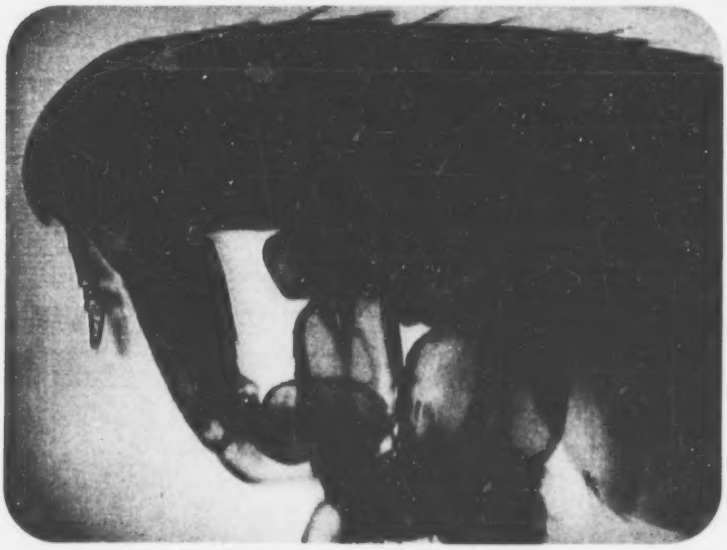
En plus de l'accréditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets qui présentent un intérêt culturel particulier. En 1999-2000, la Société a engagé 9,8 millions de dollars dans la production de 28 projets de coproduction. De même, près de 200 000 dollars ont été alloués à cinq projets de développement de coproduction, dont trois avec la France par l'intermédiaire de mini-traités et deux avec le Royaume-Uni dans le cadre du programme de développement de longs métrages *English-Language Cinema Plan (ELCP)*.

Marchés internationaux

En 1999-2000, Téléfilm a participé à neuf marchés. Le Canada constitue une figure majeure de ces marchés :

- Télévision : MIP-TV et MIPCOM à Cannes, NATPE à la Nouvelle-Orléans ;
- Film : Festival international du film de Berlin, Festival international du film de Cannes et Independent Feature Film Market de New York ;
- Multimédia : MILIA à Cannes, E^3 à Los Angeles et MIM à Montréal.

ANIMA III
r. Denise Payette
Icotop inc.
Cette fascinante série documentaire sur le monde des animaux et ce qu'ils peuvent nous apprendre est diffusée dans une dizaine de pays, tant en Asie qu'en Europe.



Vers le développement international des PME

Au cours de l'exercice, plusieurs initiatives sont allées en ce sens. *Par exemple* :

- **les frais de participation des PME au stand de Téléfilm dans les marchés européens ont été réduits ;**
- **le programme de marketing international a été réservé aux PME ;**
- **le bureau de Vancouver a facilité la participation des PME de l'Ouest à l'édition 2000 de l'International Film Financing Conference (IFFCON) à San Francisco, un événement qui offre d'excellentes occasions de se promouvoir auprès des acheteurs du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie ;**
- **le bureau de l'Atlantique a financé le symposium *Strategic Partners* au Festival du film de l'Atlantique, pour faciliter les relations d'affaires des PME avec les pays nordiques ;**
- **l'immersion documentaire à Paris, organisée par le bureau européen, a regroupé des représentants des PME de toutes les régions.**

Quelque 70 entreprises ont partagé le stand de Téléfilm dans les marchés internationaux en 1999-2000. La plupart sont des PME qui représentent toutes les régions du pays. Téléfilm offre une large gamme de services à sa clientèle : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de réunions, participation à des conférences et à des discussions avec les délégations et associations étrangères.

À l'ère de la convergence numérique, Téléfilm Canada mise sur les nouveaux médias. Au E^3, la plus importante foire internationale de produits de divertissement interactifs, son stand a accueilli 18 compagnies canadiennes. À la suite d'un sondage très positif sur la pertinence de ses activités dans les marchés et sur les besoins de l'industrie du multimédia, Téléfilm participera aussi au ECTS (European Computer Trade Show) à Londres, en 2000.

Les marchés permettent à Téléfilm d'accroître son partenariat avec des associations telles que IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), les ministères fédéraux et les organismes provinciaux afin de maximiser les ressources offertes. L'industrie des nouveaux médias est en plein essor, et Téléfilm a soutenu des initiatives visant l'expansion de ce secteur, dont le lancement, à l'occasion du MILIA, du magazine *Convergence* et du guide d'IMPAC, *New Media in Canada*.

Au palmarès : 1 216 inscriptions à 90 événements internationaux

Le bureau des festivals internationaux continue de promouvoir les produits canadiens à l'étranger. En 1999-2000, il a procédé à 1 216 inscriptions canadiennes dans 90 festivals et événements internationaux, une hausse remarquable par rapport aux 1 171 inscriptions de l'année précédente. Les productions canadiennes ont remporté plus de 30 prix

internationaux très convoités. Le bureau avait facilité le processus de sélection en organisant la projection de 397 œuvres pour les représentants de festivals. Il a aussi permis à 69 réalisateurs canadiens de faire la promotion de leurs œuvres dans de grands festivals et a participé à la mise sur pied de rétrospectives du cinéma canadien, notamment au Mexique, en France, en Israël, en Grèce, en Chine, en Autriche, au Portugal, en Finlande, aux États-Unis et en Espagne.

Festivals canadiens

En 1999-2000, Téléfilm Canada a appuyé 29 festivals canadiens en leur allouant 1,9 million de dollars dans le cadre du programme Le Canada à l'affiche. Ce programme appuie les principaux événements canadiens – Festival international du film de Montréal, Festival international du film de Toronto, Festival international du film de Vancouver et Festival de télévision de Banff – ainsi que 25 festivals régionaux ou spécialisés, qui mettent à l'honneur, entre autres, les documentaires, les courts métrages, les films sur l'art, les films d'animation, les émissions pour enfants, les productions autochtones, les nouveaux médias et les productions expérimentales.

Téléfilm appuie des festivals qui offrent une programmation dans la langue officielle minoritaire de la province où ils sont présentés. Il s'agit des Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver, du Festival international du cinéma francophone en Acadie, et de Cinémental au Manitoba, qui donnent la chance au public de voir un large éventail de films.

Les prix Téléfilm Canada dans les festivals canadiens

Téléfilm a accordé 19 prix pour une somme totale de 147 000 dollars dans le cadre de 12 festivals canadiens du film, de la télévision et du multimédia. La Société a décerné pour la première fois un prix de 10 000 $ à l'occasion de l'édition 1999 de l'Atlantic Digital Media Festival (ADMF), à l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse. L'ADMF est un festival compétitif important, axé sur la création multimédia.

Plusieurs prix viennent couronner de jeunes réalisateurs canadiens de courts et de moyens métrages, de même que des cinéastes de la région de l'Ouest et de la région atlantique. La Société encourage également la production autochtone en lui consacrant deux prix chaque année au Festival de Banff.

En 1999-2000, Téléfilm Canada a repensé ses prix, dont la réputation ne s'est jamais démentie depuis leur création en 1996, en leur associant souvent une somme d'argent en espèces qui les rend plus intéressants pour les créateurs.

BARBEAU LIBRE COMME L'ART
r. Manon Barbeau
InformAction, coproduction avec l'ONF
Présenté en première en mars au FIFA, ce documentaire de Manon Barbeau trace un portrait touchant du peintre Marcel Barbeau, irréductible signataire de Refus Global, artiste toujours insoumis... et père de la cinéaste.

Le bureau européen de Paris : une présence dynamique à l'étranger

Le bureau européen de Téléfilm à Paris constitue la vitrine du Canada sur la scène audiovisuelle européenne, mais représente aussi un centre d'information stratégique pour les Européens qui souhaitent développer des partenariats avec le Canada.

Au cours de la dernière année, le bureau européen a participé à plusieurs événements d'envergure, dont la 20e Université d'été des communications à Hourtin, en France, la première Conférence du film et de la télévision de Babelsberg et la Conférence latino-américaine des organismes cinématographiques à Madrid. Par sa présence à ces événements prestigieux, Téléfilm a réitéré le rôle important que l'industrie canadienne du film et de la télévision continue de jouer dans la poursuite des grands débats culturels et commerciaux.

Par ailleurs, le bureau a contribué à la promotion des films canadiens en Europe en prenant part à des projections spéciales – dont le lancement du film *Le Violon rouge* dans le magnifique auditorium du Louvre.

Après le succès des quatre programmes d'immersion pour les producteurs canadiens au Royaume-Uni, le bureau européen a organisé une première immersion parisienne, avec pour objectif de multiplier les relations entre deux industries du documentaire en plein essor. Vingt-huit producteurs canadiens ont ainsi eu la chance de rencontrer plus de 50 joueurs français dont les plus importants producteurs, télédiffuseurs, distributeurs et réalisateurs de documentaires.

COLD SQUAD III
r. Divers
Keatley Macleod Productions / Alliance Atlantis Communications Inc.
Dans cette série à succès, deux détectives ont la tâche peu enviable de faire la lumière sur de vieux meurtres non résolus. Les trois premières séries ont été vendues dans le monde, notamment en Europe, au Proche-Orient, en Asie, en Australie, en Afrique, en Amérique Centrale et en Amérique du Sud.

En collaboration avec le Haut-Commissariat du Canada à Londres, le bureau européen a organisé une table ronde au Festival international du film de Toronto. Intitulé « Histoires sans frontières – nouvelles approches du développement de scénarios », cet événement a attiré plus d'une centaine de délégués du Festival et a mis en vedette un groupe renommé de professionnels canadiens et européens.

CRIMINAL INSTINCTS: DEADLY APPEARANCES
r. George Bloomfield
Shaftesbury Films Inc.
Lorsque l'ex-policière Joanne Kilbourn tente d'aider Andy Boychuk, un ami accusé du meurtre d'une jeune adolescente, elle est convaincue de l'innocence de son vieux copain. Mais elle découvrira peu à peu qu'Andy n'est peut-être pas l'homme qu'elle croyait connaître.

Le bureau européen a aussi participé activement à l'organisation des activités de Téléfilm lors de festivals et de marchés du film internationaux dont ceux de Rotterdam, de Berlin et de Cannes. Au Festival international du film de Cannes, le bureau a organisé quatre petits déjeuners stratégiques entre des producteurs canadiens et européens.

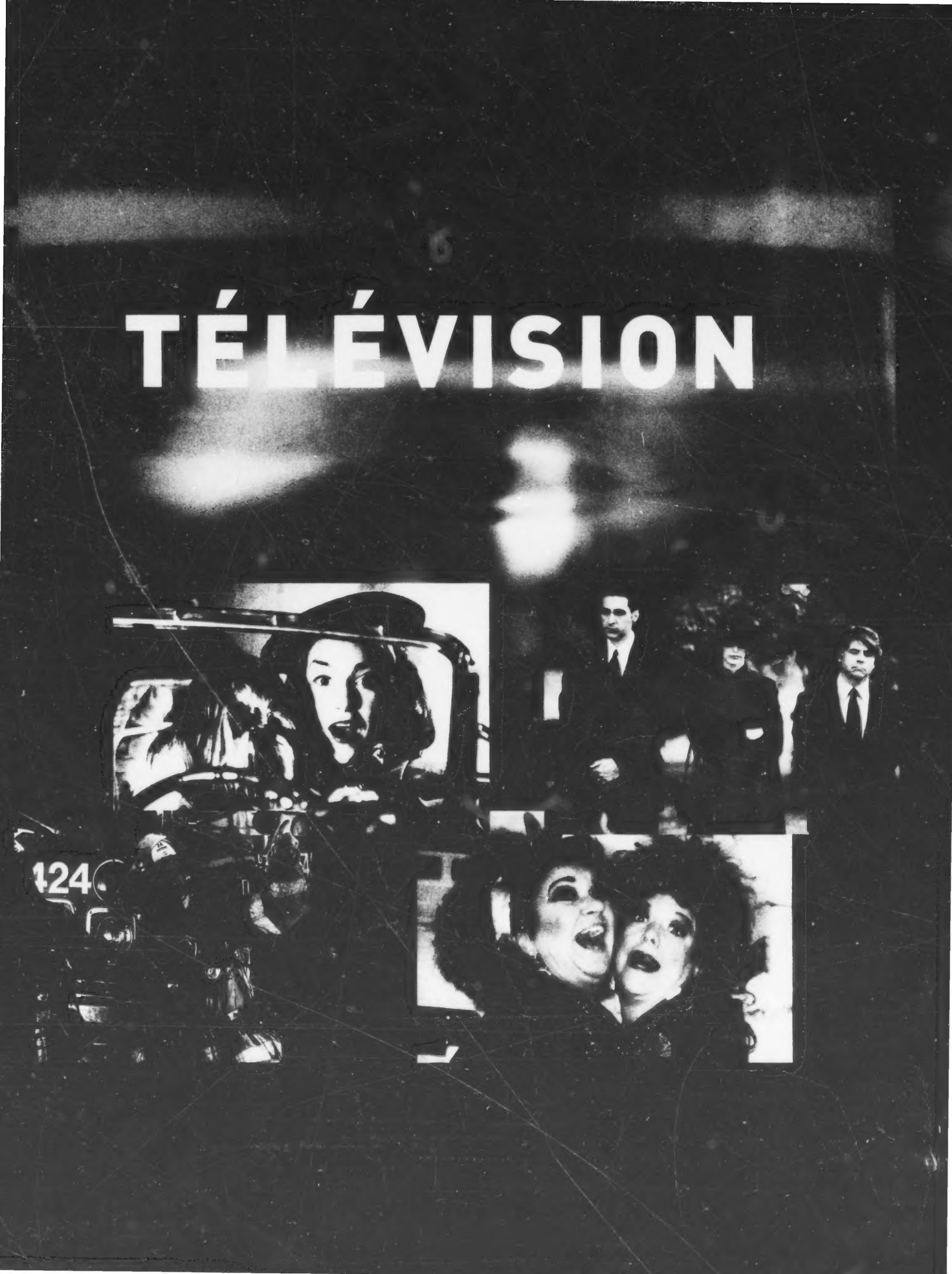
Le bureau de Téléfilm à Paris est un centre d'information stratégique. Il publie des revues de presse hebdomadaires, des guides sur l'industrie européenne et d'autres publications spéciales tout aussi appréciées dont le *Zoom International*, un bulletin mensuel qui procure à 300 lecteurs des informations et des analyses approfondies concernant le marché européen.

Initiative Asie-Pacifique

Dans le cadre du programme Initiative Asie-Pacifique créé en 1998 et administré par le bureau de l'Ouest, Téléfilm Canada contribue au développement des relations avec les marchés asiatiques. Les efforts consacrés aux échanges avec la République populaire de Chine au cours des trois dernières années commencent à porter fruit. En effet, depuis 1998, le nombre de projets de coproduction augmente régulièrement.

En collaboration avec le Consulat général du Canada à Shanghai, Téléfilm a mis sur pied une rétrospective de neuf films canadiens dans le cadre de l'édition 1999 du Festival international du film de Shanghai. Le *Canadian Film Showcase* a été décrit comme l'événement qui a eu le plus de succès au cours du Festival, et *Le Violon rouge*, qui a été tourné en partie à Shanghai, a été classé parmi les 10 films de l'événement à voir absolument.

TÉLÉVISION



FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION
PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Contrats signés
Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets*	Devis totaux** En milliers de dollars	Téléfilm Canada En milliers de dollars	Répartition linguistique %
FRANÇAIS				
Production	81	126 478	28 867	
Modifications – production***	–	–	-133	
Sous-total	81	126 478	28 734	
Scénarisation et développement	59	4 103	1 417	
Modifications – développement***	–	–	253	
Sous-total	59	4 103	1 670	
Sous-total – français	**140**	**130 581**	**30 404**	**31,5**
ANGLAIS				
Production	119	292 147	61 700	
Modifications – production***	–	–	-98	
Sous-total	119	292 147	61 602	
Scénarisation et développement	144	6 641	2 366	
Modifications – développement***	–	–	160	
Sous-total	144	6 641	2 526	
Sous-total – anglais	**263**	**298 788**	**64 128**	**66,4**
LANGUES AUTOCHTONES				
Production	16	4 388	1 979	
Modifications – production***	–	–	–	
Sous-total	16	4 388	1 979	
Scénarisation et développement	1	42	21	
Modifications – développement***	–	–	-2	
Sous-total	1	42	19	
Sous-total – langues autochtones	**17**	**4 430**	**1 998**	**2,1**
TOTAL	**420**	**433 799**	**96 530**	**100,0**

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.
** Comprend les devis totaux des coproductions.
*** Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Téléfilm Canada est un partenaire du Fonds canadien de télévision (FCT) depuis sa création, en septembre 1996. Au cours des quatre premiers exercices, ce partenariat des secteurs public (Programme de participation au capital administré par Téléfilm Canada) et privé (Programme de droits de diffusion) s'est traduit par un appui à plus de 1 500 productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants et émissions de variétés et des arts de la scène.

Grâce aux ressources du FCT, les télédiffuseurs canadiens ont mis en ondes quelque 8 500 heures de programmation originale, créées par des scénaristes et réalisateurs canadiens, produites par des entreprises de toutes les régions du pays. Et le public canadien a eu accès à un panorama culturel d'une grande richesse.

CASERNE 24
© Jean Bourbonnais, François Côté, Les Productions Sovimage
Chaque semaine depuis deux ans, plus d'un million de téléspectateurs suivent assidûment les drames et les joies qui meublent l'univers professionnel et personnel des désormais célèbres pompiers de la Caserne 24.

Programme de participation au capital du FCT
En 1999-2000, le budget du Programme de participation au capital (PPC) était de 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il comprend aussi bien la production télévisuelle, incluant l'enveloppe du FCT pour la création en langues autochtones, que la production de longs métrages. Le PPC appuie également le développement et la scénarisation de nouveaux projets télévisuels, un investissement dans la télévision de demain.

Un record de 420 projets de production et de développement
Appuyer une grande diversité de projets – sur le plan des catégories, des devis, des sujets et de la provenance régionale – est l'un des objectifs fondamentaux du PPC. Le Programme encourage ainsi un large éventail de scénaristes, de réalisateurs et de producteurs, tout en répondant aux goûts de publics variés, de même qu'aux besoins des télédiffuseurs en terme de contenu canadien.

De fait, le nombre de projets soutenus chaque année par le Programme n'a cessé d'augmenter : 321 en 1997-1998, 383 en 1998-1999 et 420 en 1999-2000. Cette année, le nombre de projets a augmenté à la fois en production et en développement. Les devis totaux se sont élevés à 433,8 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Plus de 885 heures de production canadienne sur nos écrans
On note également une augmentation marquée des heures de production originales diffusées sur les écrans canadiens : 741 en 1997-1998, 850 en 1998-1999, et plus de 885 cette année. Cette augmentation touche principalement les dramatiques en français et en anglais, et les émissions pour enfants en anglais.

Plusieurs projets sont présentés par plus d'un diffuseur, et les 885 heures de production correspondent ainsi à quelque 1 256 heures de diffusion, comme on peut le voir dans le tableau concernant la *Présentation des émissions au public canadien*.

Des dramatiques, documentaires, variétés et émissions pour enfants
En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), le PPC a consacré 68 % de ses investissements aux dramatiques, 17 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Les dramatiques continuent d'occuper une place de choix dans la programmation canadienne, tandis que les autres types de production bénéficient de débouchés de plus en plus nombreux, notamment en raison des nouveaux réseaux spécialisés canadiens et étrangers. Notons que la production en langues autochtones s'illustre tout particulièrement dans le secteur des documentaires et des variétés.

Dramatiques

Des intrigues professionnelles et personnelles bien ficelées, des personnages hauts en couleurs – psychologues, pompiers, policiers, gens d'affaires, médecins, agriculteurs, vedettes du *showbizz*, journalistes, criminels ou nomades – voilà ce qui fait le charme unique des dramatiques canadiennes. On y retrouve des travailleurs et des aventuriers, des adolescents et des parents, des personnages virtuels et des amoureux. Autant de figures inoubliables, dont certaines n'ont rien de fictif – comme le docteur Lucille Teasdale – et de milieux fascinants à découvrir et redécouvrir. Des miroirs de notre société auxquels le public canadien est très sensible.

Un vaste réseau de partenaires canadiens et étrangers
Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision
La contribution du PPC est un important levier de financement. En 1999-2000, sa part a représenté 22,3 % des devis, comparativement à 25 % pendant l'exercice précédent. Cette diminution de la contribution moyenne a permis à Téléfilm d'appuyer un plus grand nombre de projets.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'*Analyse de la participation financière*, plusieurs projets bénéficient aussi de l'apport d'autres ressources de Téléfilm, soit du Fonds de financement de longs métrages, du Programme de partage des revenus de production et des mini-traités avec la France.

Téléfilm Canada est un partenaire du Fonds canadien de télévision (FCT) depuis sa création, en septembre 1996. Au cours des quatre premiers exercices, ce partenariat des secteurs public (Programme de participation au capital administré par Téléfilm Canada) et privé (Programme de droits de diffusion) s'est traduit par un appui à plus de 1 500 productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants et émissions de variétés et des arts de la scène.

Grâce aux ressources du FCT, les télédiffuseurs canadiens ont mis en ondes quelque 8 500 heures de programmation originale, créées par des scénaristes et réalisateurs canadiens, produites par des entreprises de toutes les régions du pays. Et le public canadien a eu accès à un panorama culturel d'une grande richesse.

CASERNE 24
© Jean Bourbonnais, François Côté, Les Productions Sovimage
Chaque semaine depuis deux ans, plus d'un million de télespectateurs suivent assidûment les drames et les joies qui meublent l'univers professionnel et personnel des désormais célèbres pompiers de la Caserne 24.

Programme de participation au capital du FCT
En 1999-2000, le budget du Programme de participation au capital (PPC) était de 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il comprend aussi bien la production télévisuelle, incluant l'enveloppe du FCT pour la création en langues autochtones, que la production de longs métrages. Le PPC appuie également le développement et la scénarisation de nouveaux projets télévisuels, un investissement dans la télévision de demain.

Un record de 420 projets de production et de développement
Appuyer une grande diversité de projets – sur le plan des catégories, des devis, des sujets et de la provenance régionale – est l'un des objectifs fondamentaux du PPC. Le Programme encourage ainsi un large éventail de scénaristes, de réalisateurs et de producteurs, tout en répondant aux goûts de publics variés, de même qu'aux besoins des télédiffuseurs en terme de contenu canadien.

De fait, le nombre de projets soutenus chaque année par le Programme n'a cessé d'augmenter : 321 en 1997-1998, 383 en 1998-1999 et 420 en 1999-2000. Cette année, le nombre de projets a augmenté à la fois en production et en développement. Les devis totaux se sont élevés à 433,8 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Plus de 885 heures de production canadienne sur nos écrans
On note également une augmentation marquée des heures de production originales diffusées sur les écrans canadiens : 741 en 1997-1998, 850 en 1998-1999, et plus de 885 cette année. Cette augmentation touche principalement les dramatiques en français et en anglais, et les émissions pour enfants en anglais.

Plusieurs projets sont présentés par plus d'un diffuseur, et les 885 heures de production correspondent ainsi à quelque 1 256 heures de diffusion, comme on peut le voir dans le tableau concernant la *Présentation des émissions au public canadien*.

Des dramatiques, documentaires, variétés et émissions pour enfants
En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), le PPC a consacré 68 % de ses investissements aux dramatiques, 17 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Les dramatiques continuent d'occuper une place de choix dans la programmation canadienne, tandis que les autres types de production bénéficient de débouchés de plus en plus nombreux, notamment en raison des nouveaux réseaux spécialisés canadiens et étrangers. Notons que la production en langues autochtones s'illustre tout particulièrement dans le secteur des documentaires et des variétés.

Dramatiques

Des intrigues professionnelles et personnelles bien ficelées, des personnages hauts en couleurs – psychologues, pompiers, policiers, gens d'affaires, médecins, agriculteurs, vedettes du *showbizz*, journalistes, criminels ou nomades – voilà ce qui fait le charme unique des dramatiques canadiennes. On y retrouve des travailleurs et des aventuriers, des adolescents et des parents, des personnages virtuels et des amoureux. Autant de figures inoubliables, dont certaines n'ont rien de fictif – comme le docteur Lucille Teasdale – et de milieux fascinants à découvrir et redécouvrir. Des miroirs de notre société auxquels le public canadien est très sensible.

Un vaste réseau de partenaires canadiens et étrangers
Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision
La contribution du PPC est un important levier de financement. En 1999-2000, sa part a représenté 22,3 % des devis, comparativement à 25 % pendant l'exercice précédent. Cette diminution de la contribution moyenne a permis à Téléfilm d'appuyer un plus grand nombre de projets.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'*Analyse de la participation financière*, plusieurs projets bénéficient aussi de l'apport d'autres ressources de Téléfilm, soit du Fonds de financement de longs métrages, du Programme de partage des revenus de production et des mini-traités avec la France.

Au total, la participation de Téléfilm et des deux programmes du Fonds canadien de télévision, soit le PPC et le PDD, représente 38,5 % des devis de l'exercice.

Entreprises de télédiffusion canadiennes
La contribution des entreprises de télédiffusion aux projets est en croissance : elle était de 17,8 % en 1997-1998, de 19,3 % en 1998-1999 et de 21,5 % cette année. En 1999-2000, leur apport a augmenté dans le secteur des dramatiques, des émissions pour enfants et des documentaires.

Le PPC a alloué 52 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 48 % à des projets pour les télédiffuseurs privés.

Autres sources de financement canadiennes
Alors que l'apport du secteur privé (producteurs/équipes/services, fonds d'aide privés, commanditaires) et des distributeurs varie d'un exercice à l'autre en fonction des projets, celui des sources fédérales et provinciales se maintient à près de 18 % et se traduit principalement par des crédits d'impôt. Téléfilm est fière de s'associer aux gouvernements provinciaux pour faciliter la production de projets originaux et diversifiés.

Émissions de variétés et des arts de la scène

Les héros des émissions de variétés et des arts de la scène sont des chanteurs, des danseurs, des musiciens et des compositeurs de grand talent, et de toutes les régions du pays. Ils expriment à leur façon l'âme et le cœur de leur communauté, dont les groupes autochtones, et nous procurent des moments hautement artistiques et divertissants.

L'ENFANT DE LA MUSIQUE
r. Raymond Saint-Jean
Cine Qua Non Films
Diffusée en primeur au canal Bravo! en octobre 1999, cette œuvre transpose en images poétiques *Le Quatuor à cordes en ré mineur*, K. 421 de Mozart. *L'Enfant de la musique* est le quatrième titre de la collection *Musique de chambre*. La série est vendue sur l'ensemble du territoire nord-américain, de même qu'en France et en Allemagne.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT - Programme de participation au capital

Lieu	Nombre de projets*	Nombre d'heures de production	Devis** En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada En milliers de dollars	Participation de Téléfilm Canada % du devis
Montréal	85	375,0	141 364	**31 442**	**22**
Toronto	43	189,9	142 223	**28 086**	**20**
Sous-total	128	564,9	283 587	**59 529**	**21**
Colombie-Britannique	31	108,0	66 505	**16 219**	**24**
Alberta	8	23,2	9 317	**2 526**	**27**
Saskatchewan	5	21,5	6 414	**1 464**	**23**
Manitoba	5	19,5	8 581	**2 150**	**25**
Région du Nord	3	4,0	2 527	**762**	**30**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	7	45,2	4 779	**1 669**	**35**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	6	22,0	2 080	**417**	**20**
Nouveau-Brunswick	4	23,0	2 664	**773**	**29**
Nouvelle-Écosse	14	43,0	21 074	**4 960**	**24**
Île-du-Prince-Édouard	1	6,5	5 657	**1 220**	**22**
Terre-Neuve	3	3,5	2 060	**717**	**35**
Yukon	1	1,0	351	**141**	**40**
Sous-total	88	320,3	132 009	**33 018**	**25**
TOTAL	216	885,2	415 596	**92 546**	**22**

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.

** Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

Partenariats internationaux
Les partenariats internationaux sont essentiels à la production canadienne. Cette année, la part des coproducteurs, télédiffuseurs et distributeurs étrangers aux projets du PPC s'est élevée à 33,5 millions de dollars. Plus de la moitié de cette somme, soit 17,5 millions de dollars, provient des distributeurs étrangers des productions canadiennes en anglais.

Record des allocations en dehors de Montréal et de Toronto : 36 % des allocations du PPC
Le PPC encourage la créativité à l'échelle canadienne, ce qui permet à toutes les communautés de présenter leurs histoires et leurs images sur les écrans. Le Programme a alloué 34 % de ses contributions à des projets de Montréal, 30 % à des projets de Toronto et 36 % à des projets produits dans d'autres villes dont Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's et Halifax.

Il s'agit d'une nette augmentation des projets régionaux, qui représentaient 29 % des allocations du PPC en 1998-1999. Alors que l'aide à la production de la région atlantique restait stable, celle de la région de l'Ouest a augmenté de 24 %.

La Colombie-Britannique, avec 18 % des ressources du PPC, et les provinces des Prairies, avec 7 %, ont connu un boom considérable. Ainsi, la contribution aux projets de la Colombie-Britannique est passée de 12,9 millions à plus de 16 millions de dollars, et celle aux projets du Manitoba, de 800 000 $ à 2,2 millions de dollars. L'activité a aussi augmenté en Ontario et dans la région du Nord, incluant le nouveau territoire du Nunavut.

Des projets en langues française, anglaise et autochtones
Le PPC appuie équitablement la production en français et en anglais, et accorde une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire et à la production en langues autochtones.

Répartition des allocations
En 1999-2000, 31,5 % de la contribution du PPC a été allouée à la production de langue française, 66,4 % à la production de langue anglaise et 2,1 % à la production de langues autochtones.

La contribution aux projets en français est inférieure à celle des années précédentes pour des raisons ponctuelles liées principalement aux cycles de production des entreprises. La moyenne de la contribution du PPC à des projets de langue française depuis 1996 est de 33,4 %.

Production en situation linguistique minoritaire
Le PPC a contribué au financement de 44 projets de production et de développement issus de milieux en situation linguistique minoritaire, y allouant 8,9 millions de dollars. Les devis s'élevaient à près de 35 millions de dollars. Le PPC a accordé 5,6 millions de dollars à 19 projets en anglais

CORNEMUSE
Divers
Telefiction Productions
Au Québec chez les 2 à 6 ans, trois enfants sur quatre suivent quotidiennement les aventures extraordinaires des joyeux personnages-animaux de *Cornemuse*. Dès sa première année de diffusion, l'émission a réussi un tour de force en remportant pas moins de 5 prix Gemeaux !

Œuvres autochtones
1999-2000 a vu la création du premier réseau national autochtone au monde, APTN, un réseau canadien. Président du réseau au moment de son lancement, Abraham Tagalik a déclaré : « Cette décision historique créera des ponts importants entre les autochtones et les autres peuples du Canada. Des ponts qui favorisent la compréhension mutuelle. » Directeur de la programmation, Jim Compton ajoutait : « Nous créons ce réseau pour retrouver notre culture, nos traditions, nos langues. Nous voulons créer de l'emploi, nous voulons créer de l'espoir. » En témoignent les 16 projets en langues autochtones de l'exercice, et d'autres productions autochtones en français et en anglais.

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS
Production, scénarisation, développement et modifications

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1996-2000	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	**139 727**	**33,4**
ANGLAIS	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 128	66,4	**274 438**	**65,6**
LANGUES AUTOCHTONES	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	**3 998**	**1,0**
TOTAL	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	**418 163**	**100,0**

Au total, la participation de Téléfilm et des deux programmes du Fonds canadien de télévision, soit le PPC et le PDD, représente 38,5 % des devis de l'exercice.

Entreprises de télédiffusion canadiennes
La contribution des entreprises de télédiffusion aux projets est en croissance : elle était de 17,8 % en 1997-1998, de 19,3 % en 1998-1999 et de 21,5 % cette année. En 1999-2000, leur apport a augmenté dans le secteur des dramatiques, des émissions pour enfants et des documentaires.

Le PPC a alloué 52 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 48 % à des projets pour les télédiffuseurs privés.

L'ENFANT DE LA MUSIQUE
Diffusée en primeur au canal Bravo! en octobre 1999, cette œuvre transpose en images poétiques *Le Quatuor à cordes en ré mineur* K. 421 de Mozart. *L'Enfant de la musique* est le quatrième titre de la collection *Musique de chambre*. La série est vendue sur l'ensemble du territoire nord-américain, de même qu'en France et en Allemagne.

Émissions de variétés et des arts de la scène

Les héros des émissions de variétés et des arts de la scène sont des chanteurs, des danseurs, des musiciens et des compositeurs de grand talent, et de toutes les régions du pays. Ils expriment à leur façon l'âme et le cœur de leur communauté, dont les groupes autochtones, et nous procurent des moments hautement artistiques et divertissants.

Autres sources de financement canadiennes
Alors que l'apport du secteur privé (producteurs/équipes/services, fonds d'aide privés, commanditaires) et des distributeurs varie d'un exercice à l'autre en fonction des projets, celui des sources fédérales et provinciales se maintient à près de 18 % et se traduit principalement par des crédits d'impôt. Téléfilm est fière de s'associer aux gouvernements provinciaux pour faciliter la production de projets originaux et diversifiés.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

Lieu	Nombre de projets*	Nombre d'heures de production	Devis**	Participation de Téléfilm Canada	
Montréal	85	375,0	141 364	**31 442**	**22**
Toronto	43	189,9	142 223	**28 086**	**20**
Sous-total	128	564,9	283 587	**59 529**	**21**
Colombie-Britannique	31	108,0	66 505	**16 219**	**24**
Alberta	8	23,2	9 317	**2 526**	**27**
Saskatchewan	5	21,5	6 414	**1 464**	**23**
Manitoba	5	19,5	8 581	**2 150**	**25**
Région du Nord	3	4,0	2 527	**762**	**30**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	7	45,2	4 779	**1 669**	**35**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	6	22,0	2 080	**417**	**20**
Nouveau-Brunswick	4	23,0	2 664	**773**	**29**
Nouvelle-Écosse	14	43,0	21 074	**4 960**	**24**
Île-du-Prince-Édouard	1	6,5	5 657	**1 220**	**22**
Terre-Neuve	3	3,5	2 060	**717**	**35**
Yukon	1	1,0	351	**141**	**40**
Sous-total	88	320,3	132 009	**33 018**	**25**
TOTAL	216	885,2	415 596	**92 546**	**22**

* L'ensemble deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.
** Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

Partenariats internationaux
Les partenariats internationaux sont essentiels à la production canadienne. Cette année, la part des coproducteurs, télédiffuseurs et distributeurs étrangers aux projets du PPC s'est élevée à 33,5 millions de dollars. Plus de la moitié de cette somme, soit 17,5 millions de dollars, provient des distributeurs étrangers des productions canadiennes en anglais.

Record des allocations en dehors de Montréal et de Toronto : 36 % des allocations du PPC
Le PPC encourage la créativité à l'échelle canadienne, ce qui permet à toutes les communautés de présenter leurs histoires et leurs images sur les écrans. Le Programme a alloué 34 % de ses contributions à des projets de Montréal, 30 % à des projets de Toronto et 36 % à des projets produits dans d'autres villes dont Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's et Halifax.

Il s'agit d'une nette augmentation des projets régionaux, qui représentaient 29 % des allocations du PPC en 1998-1999. Alors que l'aide à la production de la région atlantique restait stable, celle de la région de l'Ouest a augmenté de 24 %.

La Colombie-Britannique, avec 18 % des ressources du PPC, et les provinces des Prairies, avec 7 %, ont connu un boom considérable. Ainsi, la contribution aux projets de la Colombie-Britannique est passée de 12,9 millions à plus de 16 millions de dollars, et celle aux projets du Manitoba, de 800 000 $ à 2,2 millions de dollars. L'activité a aussi augmente en Ontario et dans la région du Nord, incluant le nouveau territoire du Nunavut.

Œuvres autochtones

1999-2000 a vu la création du premier réseau national autochtone au monde, APTN, un réseau canadien. Président du réseau au moment de son lancement, Abraham Tagalik a déclaré : « Cette décision historique créera des ponts importants entre les autochtones et les autres peuples du Canada. Des ponts qui favorisent la compréhension mutuelle. » Directeur de la programmation, Jim Compton ajoutait : « Nous créons ce réseau pour retrouver notre culture, nos traditions, nos langues. Nous voulons créer de l'emploi, nous voulons créer de l'espoir. » En témoignent les 16 projets en langues autochtones de l'exercice, et d'autres productions autochtones en français et en anglais.

CORNEMUSE
Au Québec chez les 2 à 6 ans, trois enfants sur quatre suivent quotidiennement les aventures extraordinaires des joyeux personnages-animaux de *Cornemuse*. Dès sa première année de diffusion, l'émission a réussi un tour de force en remportant pas moins de 5 prix Gemeaux !

Des projets en langues française, anglaise et autochtones
Le PPC appuie équitablement la production en français et en anglais, et accorde une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire et à la production en langues autochtones.

Répartition des allocations
En 1999-2000, 31,5 % de la contribution du PPC a été allouée à la production de langue française, 66,4 % à la production de langue anglaise et 2,1 % à la production de langues autochtones.

La contribution aux projets en français est inférieure à celle des années précédentes pour des raisons ponctuelles liées principalement aux cycles de production des entreprises. La moyenne de la contribution du PPC à des projets de langue française depuis 1996 est de 33,4 %.

Production en situation linguistique minoritaire
Le PPC a contribué au financement de 44 projets de production et de développement issus de milieux en situation linguistique minoritaire, y allouant 8,9 millions de dollars. Les devis s'élevaient à près de 35 millions de dollars. Le PPC a accordé 5,6 millions de dollars à 19 projets en anglais

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et multiculturel

	1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1996-2000	
FRANÇAIS	38 241	31,8	35 410	36,8	35 672	34,0	30 404	31,5	**139 727**	**33,4**
ANGLAIS	82 183	68,2	59 892	62,2	68 235	65,0	64 128	66,4	**274 438**	**65,6**
LANGUES AUTOCHTONES	0	0,0	1 000	1,0	1 000	1,0	1 998	2,1	**3 998**	**1,0**
TOTAL	120 424	100,0	96 302	100,0	104 907	100,0	96 530	100,0	**418 163**	**100,0**

HANK AND JIMMIE: A STORY OF COUNTRY
r. John Martin
Triad Film Productions Ltd.
Ce documentaire retrace la vie du légendaire compositeur et chanteur country Hank Snow. Une histoire fascinante, mais aussi dramatique comme le montre la vie tourmentée de son fils, l'évangéliste Jimmie Rogers Snow.

produits à Montréal et 2,9 millions de dollars à 11 projets en français du Nouveau-Brunswick, de la Nouvelle-Écosse, de l'Ontario, du Manitoba et de la Colombie-Britannique. Le Programme a aussi financé le développement de 14 projets des groupes minoritaires, y allouant plus de 300 000 $.

Productions en langues autochtones
Le PPC administre la totalité de l'enveloppe du FCT consacrée à la production en langues autochtones, soit 2 millions de dollars. En 1999-2000, 16 productions ont été financées par le PPC. Neuf viennent des provinces de l'Ouest et de la région du Nord, et les autres projets sont issus de l'Ontario, du Québec et de Terre-Neuve. Ces histoires se déroulent en une douzaine de langues autochtones.

Les devis de ces projets ont été de 4,4 millions de dollars dont le PPC a assumé en moyenne 45 %. De fait, sa contribution aux projets s'échelonne entre 27 % et 75 % des devis. Pour encourager la création autochtone, le PPC fait preuve de souplesse quant aux droits de diffusion et aux heures de diffusion, et facilite l'embauche de stagiaires autochtones à la production.

APTN (Aboriginal People's Television Network) est associé à 13 projets, soit la majorité. Les autres diffuseurs des histoires autochtones sont SCN, Channel 24 Igloonik, CTV Network (Baton), Vision TV et Canwest Global.

Longs métrages : le PPC appuie 11 projets de production
Le FCT consacre chaque année 15 millions de dollars aux longs métrages. Cette somme est répartie de façon égale entre le PPC et le PDD. Au cours des premières années du FCT, Téléfilm a administré la totalité de l'enveloppe. En 1999-2000, à la demande du conseil d'administration du Fonds, le PPC et le PDD ont administré leur part respective de l'enveloppe.

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement - nouveaux contrats signés

Catégories	Nombre de projets*	Heures de production	Devis totaux	Devis**	Téléfilm Canada					
					FCT – Programme de participation au capital		Fonds de financement de longs métrages		Autres fonds (PPRP)	
				En milliers de dollars	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS										
Dramatiques	18	149,0	66 471	**66 471**	16 566	24,9	–	0,0	–	0,0
Variétés	7	18,0	4 981	**4 981**	1 309	26,3	–	0,0	–	0,0
Enfants	8	135,8	16 640	**16 640**	3 179	19,1	–	0,0	–	0,0
Documentaires	43	96,4	23 077	**23 077**	5 313	23,0	–	0,0	19	0,1
Longs métrages	5	8,2	15 309	**15 309**	2 500	16,3	–	0,0	–	0,0
Sous-total	81	407,3	126 478	**126 478**	28 867	22,8	0	0,0	19	0,0
ANGLAIS										
Dramatiques	29	187,5	175 983	**175 983**	39 842	22,6	–	0,0	276	0,2
Variétés	3	3,0	3 015	**3 015**	763	25,3	–	0,0	100	3,3
Enfants	14	84,4	58 364	**51 397**	8 037	15,6	–	0,0	81	0,2
Documentaires	67	158,7	34 023	**33 573**	8 123	24,2	–	0,0	41	0,1
Longs métrages	6	10,0	20 761	**20 761**	4 935	23,8	1 098	5,3	–	0,0
Sous-total	119	443,6	292 147	**284 729**	61 700	21,7	1 098	0,4	498	0,2
LANGUES AUTOCHTONES	16	34,3	4 388	**4 388**	1 979	45,1	0	0,0	0	0,0
TOTAL	216	885,2	423 013	**415 596**	92 546	22,3	1 098	0,3	518	0,1

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages.
** Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

Longs métrages

L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon le film* de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télésérie éponyme, *PinPon* est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* d'Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violet* de Rosemary House (St. John's, Terre-Neuve).

En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance

TWO THOUSAND AND NONE
r. Arto Paragamian
Galafilm Productions 2000 inc.
Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'imminence de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires...

FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
12 678	19,1	18 974	28,5	2 776	4,2	838	1,3	14 639	22,0	–	0,0
410	8,2	1 256	25,2	663	13,3	214	4,3	1 129	22,7	–	0,0
3 282	19,7	5 115	30,7	1 246	7,5	200	1,2	3 618	21,7	–	0,0
4 282	18,6	4 680	20,3	1 318	5,7	553	2,4	6 587	28,5	323	1,4
1 991	13,0	225	1,5	683	4,5	1 610	10,5	8 300	54,2	–	0,0
22 644	17,9	30 251	23,9	6 687	5,3	3 415	2,7	34 272	27,1	323	0,3
30 403	17,3	39 298	22,3	20 466	11,6	13 799	7,8	22 054	12,5	9 845	5,6
372	12,3	525	17,4	131	4,3	239	7,9	474	15,7	412	13,7
4 859	9,5	8 707	16,9	8 513	16,6	5 242	10,2	4 850	9,4	11 108	21,6
4 476	13,3	9 461	28,2	2 773	8,3	1 249	3,7	5 396	16,1	2 054	6,1
3 096	14,9	673	3,2	724	3,5	2 741	13,2	5 127	24,7	2 368	11,4
43 207	15,2	58 663	20,6	32 607	11,5	23 269	8,2	37 900	13,3	25 787	9,1
0	0,0	448	10,2	819	18,7	0	0,0	1 142	26,0	0	0,0
65 851	15,8	89 361	21,5	40 113	9,7	26 684	6,4	73 315	17,6	26 110	6,3

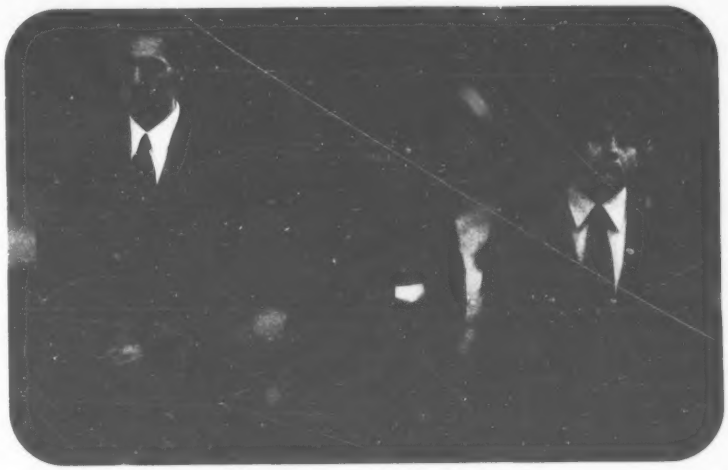
Longs métrages

L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon le film* de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télésérie éponyme, *PinPon* est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* d'Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violet* de Rosemary House (St. John's, Terre-Neuve).

En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance



TWO THOUSAND AND NONE
© Arto Paragamian/Galafilm Productions 2000 Inc.
Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'imminence de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires.

FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]		[illegible]	
12 678	19,1	18 974	28,5	2 776	4,2	838	1,3	14 639	22,0	–	0,0
410	8,2	1 256	25,2	663	13,3	214	4,3	1 129	22,7	–	0,0
3 282	19,7	5 115	30,7	1 246	7,5	200	1,2	3 618	21,7	–	0,0
4 282	18,6	4 680	20,3	1 318	5,7	553	2,4	6 587	28,5	323	1,4
1 991	13,0	225	1,5	683	4,5	1 610	10,5	8 300	54,2	–	0,0
22 644	17,9	30 251	23,9	6 687	5,3	3 415	2,7	34 272	27,1	323	0,3
30 403	17,3	39 298	22,3	20 466	11,6	13 799	7,8	22 054	12,5	9 845	5,6
372	12,3	525	17,4	131	4,3	239	7,9	474	15,7	412	13,7
4 859	9,5	8 707	16,9	8 513	16,6	5 242	10,2	4 850	9,4	11 108	21,6
4 476	13,3	9 461	28,2	2 773	8,3	1 249	3,7	5 396	16,1	2 054	6,1
3 096	14,9	673	3,2	724	3,5	2 741	13,2	5 127	24,7	2 368	11,4
43 207	15,2	58 663	20,6	32 607	11,5	23 269	8,2	37 900	13,3	25 787	9,1
0	0,0	448	10,2	819	18,7	0	0,0	1 142	26,0	0	0,0
65 851	15,8	89 361	21,5	40 113	9,7	26 684	6,4	73 315	17,6	26 110	6,3

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Longs métrages

L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon le film* de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télésérie éponyme, PinPon est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* d'Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violet* de Rosemary House (St. John's, Terre-Neuve).

En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance

TWO THOUSAND AND NONE
r. Arto Paragamian
Galafilm Productions 2000 Inc.
Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'imminence de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires...

FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
12 678	19,1	18 974	28,5	2 776	4,2	838	1,3	14 639	22,0	–	0,0
410	8,2	1 256	25,2	663	13,3	214	4,3	1 129	22,7	–	0,0
3 282	19,7	5 115	30,7	1 246	7,5	200	1,2	3 618	21,7	–	0,0
4 282	18,6	4 680	20,3	1 318	5,7	553	2,4	6 587	28,5	323	1,4
1 991	13,0	225	1,5	683	4,5	1 610	10,5	8 300	54,2	–	0,0
22 644	17,9	30 251	23,9	6 687	5,3	3 415	2,7	34 272	27,1	323	0,3
30 403	17,3	39 298	22,3	20 466	11,6	13 799	7,8	22 054	12,5	9 845	5,6
372	12,3	525	17,4	131	4,3	239	7,9	474	15,7	412	13,7
4 859	9,5	8 707	16,9	8 513	16,6	5 242	10,2	4 850	9,4	11 108	21,6
4 476	13,3	9 461	28,2	2 773	8,3	1 249	3,7	5 396	16,1	2 054	6,1
3 096	14,9	673	3,2	724	3,5	2 741	13,2	5 127	24,7	2 368	11,4
43 207	15,2	58 663	20,6	32 607	11,5	23 269	8,2	37 900	13,3	25 787	9,1
0	0,0	448	10,2	819	18,7	0	0,0	1 142	26,0	0	0,0
65 851	15,8	89 361	21,5	40 113	9,7	26 684	6,4	73 315	17,6	26 110	6,3

développement des projets, qui sont considérés comme des investissements à risque. Rappelons que Téléfilm annonçait, en juin 1999, que les sommes pour le développement seraient désormais consacrées exclusivement aux PME.

Le PPC a alloué 3,8 millions de dollars à 204 projets de développement, comparativement à 3,4 millions de dollars à 180 projets l'année précédente. On note une augmentation considérable du nombre de projets issus de l'Alberta, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve, ce qui est de bon augure pour la programmation des prochaines années.

La répartition régionale est la suivante : 64 projets ont été conçus à Montréal, 44 à Toronto, 33 en Colombie-Britannique, 15 en Alberta, 9 en Saskatchewan, 6 au Manitoba, 3 en Ontario, 4 au Québec, 3 au Nouveau-Brunswick, 17 en Nouvelle-Écosse, 1 à l'Île-du-Prince-Édouard et 5 à Terre-Neuve.

Le PPC a appuyé le développement de projets dans toutes les catégories de production. Ses ressources ont été allouées ainsi : 51 % aux dramatiques, 37 % aux documentaires, 11 % aux émissions pour enfants, et moins de 1 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Émissions pour enfants

À l'affiche des émissions pour enfants, on retrouve... des enfants petits et grands, des animaux, des magiciens, des ordinateurs et des personnages d'animation. Ils évoquent hier et aujourd'hui, aussi bien que l'an 2035. Ces émissions accompagnent les petits dans leur découverte du monde et encouragent l'apprentissage, l'imagination, la tolérance et la créativité. La reconnaissance internationale de la production canadienne pour enfants ne cesse de croître.

INCREDIBLE STORY STUDIO III
r. Divers
Incredible Story Productions III Inc. (Minds Eye Pictures) / Vérité Films Inc.
Cette série unique donne l'occasion à des jeunes de partout dans le monde de tourner un court film à partir de leurs propres histoires. Elle compte plus de 125 millions d'adeptes dans le monde, notamment au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Proche-Orient, en Amérique latine, en Australie, en Afrique du Sud, en Chine, en Corée, au Japon, en Israël, en Irlande et à Singapour.

										Secteur privé	
CHUM	WIC	CTV réseau (BATON)	CTV autres affiliées*	Canwest Global	Indépendantes	Groupe TVA	Télévision Quatre Saisons	Télévision payante	Services spécialisés	Total	
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	%
–	–	–	–	–	–	5 110	–	–	563	5 673	8,5
–	–	–	–	30	–	–	–	–	139	169	3,4
–	–	–	–	–	–	–	–	–	500	500	3,0
–	27	–	–	–	–	85	195	–	790	1 097	4,8
–	–	–	–	–	–	200	–	–	–	200	1,3
0	27	0	0	30	0	5 395	195	0	1 992	7 639	6,0
–	–	12 100	–	3 275	285	700	–	1 400	1 200	18 960	10,8
–	–	–	–	–	–	–	–	–	268	268	8,9
–	300	623	–	85	455	–	–	93	5 414	6 971	13,6
80	21	290	2	67	–	40	–	–	6 171	6 671	19,9
50	–	–	–	–	–	–	–	473	–	523	2,5
130	321	13 013	2	3 427	740	740	0	1 966	13 053	33 392	11,7
0	0	41	0	20	268	0	0	0	45	374	8,5
130	348	13 054	2	3 477	1 008	6 135	195	1 966	15 090	41 405	10,0

Longs métrages

L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : *15 février 1839* de Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon le film* de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télésérie éponyme, *PinPon* est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* d'Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violet* de Rosemary House (St. John's, Terre-Neuve).

En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance

TWO THOUSAND AND NONE
r. Arto Paragamian
Galafilm Productions 2000 Inc.
Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'imminence de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires...

FCT – Programme de droits de diffusion		Entreprises de télédiffusion		Secteur privé		Distributeurs		Autres sources gouvernementales		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
12 678	19,1	18 974	28,5	2 776	4,2	838	1,3	14 639	22,0	–	0,0
410	8,2	1 256	25,2	663	13,3	214	4,3	1 129	22,7	–	0,0
3 282	19,7	5 115	30,7	1 246	7,5	200	1,2	3 618	21,7	–	0,0
4 282	18,6	4 680	20,3	1 318	5,7	553	2,4	6 587	28,5	323	1,4
1 991	13,0	225	1,5	683	4,5	1 610	10,5	8 300	54,2	–	0,0
22 644	17,9	30 251	23,9	6 687	5,3	3 415	2,7	34 272	27,1	323	0,3
30 403	17,3	39 298	22,3	20 466	11,6	13 799	7,8	22 054	12,5	9 845	5,6
372	12,3	525	17,4	131	4,3	239	7,9	474	15,7	412	13,7
4 859	9,5	8 707	16,9	8 513	16,6	5 242	10,2	4 850	9,4	11 108	21,6
4 476	13,3	9 461	28,2	2 773	8,3	1 249	3,7	5 396	16,1	2 054	6,1
3 096	14,9	673	3,2	724	3,5	2 741	13,2	5 127	24,7	2 368	11,4
43 207	15,2	58 663	20,6	32 607	11,5	23 269	8,2	37 900	13,3	25 787	9,1
0	0,0	448	10,2	819	18,7	0	0,0	1 142	26,0	0	0,0
65 851	15,8	89 361	21,5	40 113	9,7	26 684	6,4	73 315	17,6	26 110	6,3

développement des projets, qui sont considérés comme des investissements à risque. Rappelons que Téléfilm annonçait, en juin 1999, que les sommes pour le développement seraient désormais consacrées exclusivement aux PME.

Le PPC a alloué 3,8 millions de dollars à 204 projets de développement, comparativement à 3,4 millions de dollars à 180 projets l'année précédente. On note une augmentation considérable du nombre de projets issus de l'Alberta, de la Nouvelle-Écosse et de Terre-Neuve, ce qui est de bon augure pour la programmation des prochaines années.

La répartition régionale est la suivante : 64 projets ont été conçus à Montréal, 44 à Toronto, 33 en Colombie-Britannique, 15 en Alberta, 9 en Saskatchewan, 6 au Manitoba, 3 en Ontario, 4 au Québec, 3 au Nouveau-Brunswick, 17 en Nouvelle-Écosse, 1 à l'Île-du-Prince-Édouard et 5 à Terre-Neuve.

Le PPC a appuyé le développement de projets dans toutes les catégories de production. Ses ressources ont été allouées ainsi : 51 % aux dramatiques, 37 % aux documentaires, 11 % aux émissions pour enfants, et moins de 1 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Émissions pour enfants

À l'affiche des émissions pour enfants, on retrouve... des enfants petits et grands, des animaux, des magiciens, des ordinateurs et des personnages d'animation. Ils évoquent hier et aujourd'hui, aussi bien que l'an 2035. Ces émissions accompagnent les petits dans leur découverte du monde et encouragent l'apprentissage, l'imagination, la tolérance et la créativité. La reconnaissance internationale de la production canadienne pour enfants ne cesse de croître.

INCREDIBLE STORY STUDIO III

Cette série unique donne l'occasion à des jeunes de partout dans le monde de tourner un court film à partir de leurs propres histoires. Elle compte plus de 125 millions d'adeptes dans le monde, notamment au Royaume-Uni, en France, en Allemagne, au Proche-Orient, en Amérique latine, en Australie, en Afrique du Sud, en Chine, en Corée, au Japon, en Israël, en Irlande et à Singapour.

CHUM	WIC	CTV réseau (BATON)	CTV autres affiliées*	Canwest Global	Indépendantes	Groupe TVA	Télévision Quatre Saisons	Télévision payante	Services spécialisés	Secteur privé Total	
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	
–	–	–	–	–	–	5 110	–	–	563	5 673	8,5
–	–	–	–	30	–	–	–	–	139	169	3,4
–	–	–	–	–	–	–	–	–	500	500	3,0
–	27	–	–	–	–	85	195	–	790	1 097	4,8
–	–	–	–	–	–	200	–	–	–	200	1,3
0	27	0	0	30	0	5 395	195	0	1 992	7 639	6,0
–	–	12 100	–	3 275	285	700	–	1 400	1 200	18 960	10,8
–	–	–	–	–	–	–	–	–	268	268	8,9
–	300	623	–	85	455	–	–	93	5 414	6 971	13,6
80	21	290	2	67	–	40	–	–	6 171	6 671	19,9
50	–	–	–	–	–	–	–	473	–	523	2,5
130	321	13 013	2	3 427	740	740	0	1 966	13 053	33 392	11,7
0	0	41	0	20	268	0	0	0	45	374	8,5
130	348	13 054	2	3 477	1 008	6 135	195	1 966	15 090	41 405	10,0

SECTEUR PRIVÉ

Catégories	Total		Producteurs/ Équipes/ Services	Fonds d'aide privés	Commanditaires	Autres
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS						
Dramatiques	**2 776**	**4,2**	1 915	350	511	–
Variétés	**663**	**13,3**	356	242	65	–
Enfants	**1 246**	**7,5**	1 046	200	–	–
Documentaires	**1 318**	**5,7**	1 010	239	20	49
Longs métrages	**683**	**4,5**	323	100	200	60
Sous-total	**6 687**	**5,3**	4 651	1 131	796	109
ANGLAIS						
Dramatiques	**20 466**	**11,6**	17 724	2 669	73	–
Variétés	**131**	**4,3**	131	–	–	–
Enfants	**8 513**	**16,6**	4 649	3 865	–	–
Documentaires	**2 773**	**8,3**	2 058	663	52	1
Longs métrages	**724**	**3,5**	724	–	–	–
Sous-total	**32 607**	**11,5**	25 285	7 196	125	1
LANGUES AUTOCHTONES	**819**	**18,7**	614	101	22	82
TOTAL	**40 113**	**9,7**	30 550	8 429	942	192

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Organismes fédéraux			Crédit d'impôt de Terre-Neuve	Crédit d'impôt de la Nouvelle-Écosse	Crédit d'impôt du Nouveau-Brunswick
			ONF	Crédit d'impôt fédéral	Autres			
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS								
Dramatiques	**14 639**	**22,0**	–	4 691	–	–	–	–
Variétés	**1 129**	**22,7**	–	285	–	–	–	87
Enfants	**3 618**	**21,7**	–	1 142	–	–	–	148
Documentaires	**4 887**	**28,5**	225	1 245	133	–	19	141
Longs métrages	**8 300**	**54,2**	–	535	–	–	–	–
Sous-total	**34 272**	**27,1**	225	7 897	133	0	19	377
ANGLAIS								
Dramatiques	**22 054**	**12,5**	450	9 613	75	–	1 482	–
Variétés	**474**	**15,7**	–	220	60	–	–	–
Enfants	**4 880**	**9,4**	–	1 897	–	9	–	–
Documentaires	**5 396**	**16,1**	557	1 351	385	–	529	–
Longs métrages	**5 127**	**24,7**	–	1 352	–	259	–	–
Sous-total	**37 901**	**13,3**	1 007	14 433	520	268	2 011	0
LANGUES AUTOCHTONES	**1 142**	**26,0**	165	0	808	0	0	0
TOTAL	**73 318**	**17,6**	1 397	22 330	1 461	268	2 030	377

PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

Catégories	Total		Coproducteurs	Entreprises de télédiffusion	Distributeurs	Autres
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS						
Dramatiques	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Variétés	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Enfants	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Documentaires	**323**	**1,4**	147	96	–	80
Longs métrages	**0**	**0,0**	–	–	–	–
Sous-total	**323**	**0,3**	147	96	0	80
ANGLAIS						
Dramatiques	**9 845**	**5,6**	1 149	–	8 696	–
Variétés	**412**	**13,7**	–	412	–	–
Enfants	**11 108**	**21,6**	3 305	68	6 887	849
Documentaires	**2 054**	**6,1**	3	1 412	410	228
Longs métrages	**2 368**	**11,4**	868	–	1 500	–
Sous-total	**25 787**	**9,1**	5 326	1 891	17 493	1 077
LANGUES AUTOCHTONES	**0**	**0,0**	0	0	0	0
TOTAL	**26 110**	**6,3**	5 473	1 987	17 493	1 157

							Organismes provinciaux	
Crédit d'impôt du Québec	Crédit d'impôt de l'Ontario	Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt de la Colombie-Britannique	SODEC	SaskFilm	British Columbia Film	Nova Scotia Film	Autres
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
9 633	–	–	–	315	–	–	–	–
568	12	–	–	176	–	–	–	–
1 913	–	–	–	–	–	–	–	414
3 305	17	31	–	1 223	–	–	–	248
3 100	–	–	–	4 665	–	–	–	–
18 520	30	31	0	6 379	0	0	0	662
2 017	6 723	–	–	–	–	950	245	500
–	194	–	–	–	–	–	–	–
–	1 526	–	–	–	5	175	–	1 237
770	479	–	8	174	–	243	461	437
1 324	364	–	187	1 100	–	–	–	542
4 111	9 285	0	195	1 274	5	1 368	706	2 717
73	0	0	0	70	0	0	0	27
22 704	9 315	31	195	7 723	5	1 368	706	3 405

PARTICIPATION TOTALE DES ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION CANADIENNES

incluant les investissements et achats de droits

Entreprises de télédiffusion	Dramatiques	Variétés	Enfants	Documentaires	Longs métrages*	Total
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE						
Télévision conventionnelle						
Canwest Global	3 275	30	85	87	–	**3 477**
CHUM	–	–	–	80	50	**130**
CTV – réseau (Baton)/autres affiliées	12 100	–	623	332	–	**13 056**
Indépendantes	285	13	455	255	–	**1 008**
Groupe TVA	5 810	–	–	125	200	**6 135**
Télévision Quatre Saisons	–	–	–	195	–	**195**
WIC	–	–	300	48	–	**348**
Télévision éducative						
Access	–	–	–	48	–	**48**
Canadian Learning Channel	–	–	–	2	–	**2**
Knowledge	–	–	–	108	–	**108**
SCN	–	–	242	148	–	**390**
Télé-Québec	797	71	2 814	1 410	–	**5 092**
TVOntario/TFO	200	482	1 129	784	–	**2 594**
Télévision payante						
Movie Network	–	–	–	–	455	**455**
Superchannel	1 400	–	93	–	18	**1 511**
Services spécialisés						
Bravo!	–	362	–	121	–	**482**
Canal D	–	–	–	699	–	**699**
Canal Famille	538	–	643	–	–	**1 181**
Comedy Network	674	–	–	–	–	**674**
Discovery Channel (The)	–	–	–	2 352	–	**2 352**
History Television	–	–	–	760	–	**760**
Life Network (The)	–	–	–	1 544	–	**1 544**
Teletoon	–	–	1 062	–	–	**1 062**
TV5	25	45	–	231	–	**301**
Vision TV	50	–	55	581	–	**686**
WTN	–	–	–	717	–	**717**
YTV	476	–	4 154	–	–	**4 630**
Sous-total	25 630	1 002	11 656	10 628	723	**49 639**
SECTEUR PUBLIC						
CBC réseau et stations régionales	20 337	258	772	2 443	150	**23 960**
CBC Newsworld	–	–	–	43	–	**43**
RC réseau et stations régionales	12 304	534	1 394	1 433	25	**15 690**
RDI – le réseau de l'information	–	–	–	29	–	**29**
Sous-total	32 642	792	2 166	3 948	175	**39 723**
TOTAL	**58 272**	**1 794**	**13 822**	**14 576**	**898**	**89 361**

* Les droits payés par les diffuseurs pour les longs métrages étant en général inclus dans les avances de distribution, ils ne figurent donc pas tous au tableau.

PRÉSENTATION DES ÉMISSIONS AU PUBLIC CANADIEN

Entreprises de télédiffusion	En langues autochtones	En français	En anglais	Nombre de projets Total	Nombre d'heures en première diffusion
SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE					
Télévision conventionnelle					
Canwest Global	1	1	4	**6**	**24,3**
CHUM	–	–	2	**2**	**2,8**
CTV – réseau (Baton)/autres affiliées	2	–	15	**17**	**71,0**
Indépendantes	16	–	4	**20**	**55,8**
Groupe TVA	–	6	4	**10**	**68,7**
Télévision Quatre Saisons	–	1	–	**1**	**13,0**
WIC	–	2	4	**6**	**8,5**
Télévision éducative					
Access	–	–	4	**4**	**20,5**
Canadian Learning Channel	–	–	1	**1**	**1,0**
Knowledge	3	–	11	**14**	**27,8**
SCN	5	1	15	**21**	**61,7**
Télé-Québec	–	22	–	**22**	**122,5**
TVOntario/TFO	–	8	5	**13**	**77,0**
Télévision payante					
Movie Network	–	–	2	**2**	**3,5**
Superchannel	–	–	3	**3**	**15,0**
Services spécialisés					
Bravo!	–	6	5	**11**	**12,0**
Canal D	–	3	3	**6**	**41,0**
Canal Famille	–	2	1	**3**	**39,0**
Comedy Network	–	–	2	**2**	**12,0**
Discovery Channel (The)	–	–	6	**6**	**43,0**
History Television	–	–	6	**6**	**13,5**
Life Network (The)	–	–	5	**5**	**29,0**
Teletoon	–	–	1	**1**	**6,5**
TV5	–	13	2	**15**	**19,5**
Vision TV	2	1	16	**19**	**33,2**
WTN	1	–	8	**9**	**21,5**
YTV	–	–	9	**9**	**65,5**
Sous-total	30	66	138	**234**	**908,6**
SECTEUR PUBLIC					
CBC réseau et stations régionales	–	3	55	**58**	**158,2**
CBC Newsworld	–	–	1	**1**	**1,0**
RC réseau et stations régionales	–	47	2	**49**	**180,3**
RDI – le réseau de l'information	–	1	1	**2**	**7,5**
Sous-total	0	51	59	**110**	**347,0**
TOTAL	30	117	197	**344**	**1255,6**

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 1999-2000, les 216 projets financés correspondent à 344 projets diffusés et les 885,2 heures de production représentent 1255,6 heures de diffusion.

CINÉMA

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

	Nombre de projets*	Devis totaux** En milliers de dollars	Téléfilm Canada En milliers de dollars	Répartition linguistique %
FRANÇAIS				
Production	12	26 616	5 290	
Modifications – production***	–	–	50	
Sous-total	12	26 616	5 340	
Scénarisation et développement	28	1 699	520	
Modifications – développement***	–	–	129	
Sous-total	28	1 699	649	
Sous-total – français	**40**	**28 315**	**5 989**	**35,9**
ANGLAIS				
Production	12	38 084	8 859	
Modifications – production***	–	–	305	
Sous-total	12	38 084	9 164	
Scénarisation et développement	74	3 248	1 036	
Modifications – développement***	–	–	487	
Sous-total	74	3 248	1 522	
Sous-total – anglais	**86**	**41 332**	**10 686**	**64,1**
TOTAL	**126**	**69 647**	**16 675**	**100,0**

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.

** Comprend les devis totaux des coproductions.

*** Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des exercices précédents.

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Depuis 1986, le Fonds de financement de longs métrages (FFLM) de Téléfilm Canada est le principal levier public du cinéma canadien. Grâce à son appui, près de 300 longs métrages canadiens ont été portés à l'écran, dont plusieurs constituent des classiques de notre patrimoine culturel. Le Fonds mise sur la qualité, la diversité et l'originalité, et il encourage la créativité à l'échelle nationale.

Un exercice fructueux

L'exercice 1999-2000 a été particulièrement fructueux, avec 24 productions et 102 projets de développement, comparativement à 21 productions et 85 projets de développement pendant l'exercice précédent. Les devis des 126 projets de l'exercice représentaient près de 70 millions de dollars, si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire (17 millions de dollars). Ces résultats sont un excellent indice de la vitalité de l'industrie et de sa force créatrice à travers le pays.

Téléfilm Canada appuie le cinéma canadien par d'autres fonds et programmes. Au total, la Société a contribué cette année à la création de 46 longs métrages dont plusieurs seront aussi diffusés à la télévision en raison des normes du Fonds canadien de télévision dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Pour plus de renseignements, veuillez consulter la section *Longs métrages* du chapitre *Faits saillants* de l'exercice.

Prix Génie 2000 : Téléfilm Canada est fière du succès de ses investissements !

Le Gala des prix Génie illustre la vitalité de notre cinéma et l'immense talent de ses artisans. Neuf longs métrages financés par Téléfilm ont raflé 13 prix Génie en janvier 2000 dont ceux du Meilleur film (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamori), de la Meilleure réalisation (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), du Meilleur scénario original (*Post Mortem*, Louis Bélanger) et des Meilleures recettes aux guichets (*Les Boys II*, Melenny Productions). Les autres lauréats sont *eXistenZ* de David Cronenberg, *Souvenirs intimes* de Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* de George Bloomfield, *Dog Park* de Bruce McCulloch et *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti.

Développement et scénarisation : un boom dans les Prairies et la région atlantique

Un bon scénario est un passeport vers la qualité et le succès. Téléfilm Canada s'avère un partenaire de premier plan de l'industrie à cet égard. En 1999-2000, elle a assumé 31 % des devis totaux des projets de développement, qui s'élevaient à 4,9 millions de dollars. Notons que la majorité des projets de l'exercice proviennent des petites et moyennes entreprises canadiennes, Téléfilm ayant annoncé, en juin 1999, que les ressources en développement seraient désormais allouées uniquement à ces compagnies.

Le Fonds a appuyé 29 projets de Montréal et 32 de Toronto, y consacrant 66 % de ses ressources.

STARDOM

© Denys Arcand Cinématographe inc. / Alliance Atlantis Communications inc. / Serendipity Point Films / Cinélu

Le dernier long métrage du réalisateur vedette Denys Arcand offre un exposé percutant de notre culture obnubilée par la célébrité. Présenté à la soirée de clôture du festival de Cannes, le film a été sélectionné pour ouvrir le Festival international du film de Toronto.

Treize projets viennent de la Colombie-Britannique, 12 des provinces des Prairies, 14 de la région atlantique et 2 de différentes régions du Québec et de l'Ontario. L'augmentation du nombre de projets des provinces des Prairies et de l'Atlantique témoigne du dynamisme des producteurs de ces régions.

Production : le Fonds assume 30 % des devis de 24 longs métrages

Importance des autres sources gouvernementales de financement

En raison des cycles de développement et de production des longs métrages, l'éventail des projets varie d'une année à l'autre en ce qui concerne les devis des productions, le nombre et l'envergure des coproductions, et la contribution des diverses sources de financement.

Cette année, la contribution s'est révélée particulièrement déterminante. De fait, le FFLM a assumé 30 % des devis de l'exercice (14,1 millions de dollars), comparativement à 21 % en 1998-1999. Les devis de l'exercice étaient moins élevés qu'en 1998-1999, la Société ayant appuyé plusieurs premiers longs métrages de la relève.

Plusieurs projets ont obtenu l'appui d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un total de près de 2 millions de dollars, ce qui porte à près de 34 % la contribution de la Société aux projets de l'exercice. Ainsi *Possible Worlds* de Robert Lepage et *Ginger Snaps* de John Fawcett ont été appuyés à la fois par le FFLM et le PPC.

De grands noms de notre cinéma

Par l'entremise du FFLM, Téléfilm Canada a appuyé depuis 1986 la carrière de cinéastes comme Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald et Anne Wheeler. Leurs œuvres et celles de dizaines d'autres cinéastes de talent ont offert au public d'ici et d'ailleurs des images, des histoires et des personnages à nuls autres pareils.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Depuis 1986, le Fonds de financement de longs métrages (FFLM) de Téléfilm Canada est le principal levier public du cinéma canadien. Grâce à son appui, près de 300 longs métrages canadiens ont été portés à l'écran, dont plusieurs constituent des classiques de notre patrimoine culturel. Le Fonds mise sur la qualité, la diversité et l'originalité, et il encourage la créativité à l'échelle nationale.

Un exercice fructueux

L'exercice 1999-2000 a été particulièrement fructueux, avec 24 productions et 102 projets de développement, comparativement à 21 productions et 85 projets de développement pendant l'exercice précédent. Les devis des 126 projets de l'exercice représentaient près de 70 millions de dollars, si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire (17 millions de dollars). Ces résultats sont un excellent indice de la vitalité de l'industrie et de sa force créatrice à travers le pays.

Téléfilm Canada appuie le cinéma canadien par d'autres fonds et programmes. Au total, la Société a contribué cette année à la création de 46 longs métrages dont plusieurs seront aussi diffusés à la télévision en raison des normes du Fonds canadien de télévision dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Pour plus de renseignements, veuillez consulter la section *Longs métrages* du chapitre *Faits saillants* de l'exercice.

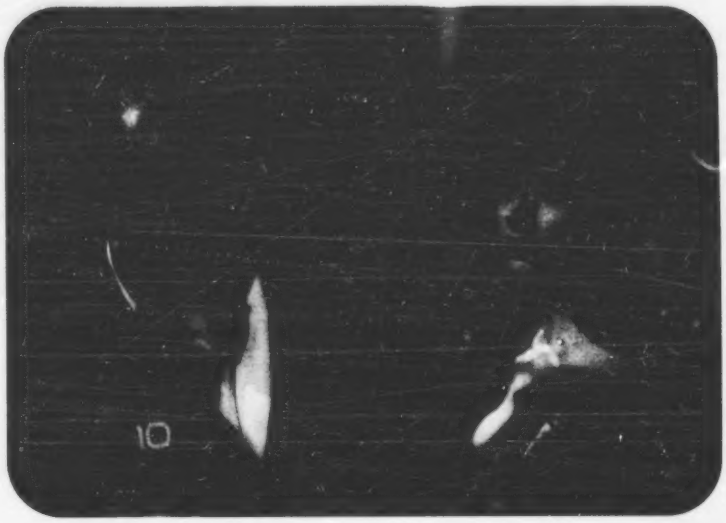
Prix Génie 2000 :
Téléfilm Canada est fière du succès de ses investissements !

Le Gala des prix Génie illustre la vitalité de notre cinéma et l'immense talent de ses artisans. Neuf longs métrages financés par Téléfilm ont raflé 13 prix Génie en janvier 2000 dont ceux du Meilleur film (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamori), de la Meilleure réalisation (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), du Meilleur scénario original (*Post Mortem*, Louis Bélanger) et des Meilleures recettes aux guichets (Les Boys II, Melenny Productions). Les autres lauréats sont *eXistenZ* de David Cronenberg, *Souvenirs intimes* de Jean Beaudin, *Jouib Tan-Tan Meets the Hooded Fang* de George Bloomfield, *Dog Park* de Bruce McCulloch et *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti.

Développement et scénarisation : un boom dans les Prairies et la région atlantique

Un bon scénario est un passeport vers la qualité et le succès. Téléfilm Canada s'avère un partenaire de premier plan de l'industrie à cet égard. En 1999-2000, elle a assumé 31 % des devis totaux des projets de développement, qui s'élevaient à 4,9 millions de dollars. Notons que la majorité des projets de l'exercice proviennent des petites et moyennes entreprises canadiennes, Téléfilm ayant annoncé, en juin 1999, que les ressources en développement seraient désormais allouées uniquement à ces compagnies.

Le Fonds a appuyé 29 projets de Montréal et 32 de Toronto, y consacrant 66 % de ses ressources.



STARDOM
r. Denys Arcand
Cinémaginaire inc. / Alliance Atlantis Communications inc. / Serendipity Point Films / Ciné b
Le dernier long métrage du réalisateur vedette Denys Arcand offre un exposé percutant de notre culture obnubilée par la célébrité. Présenté à la soirée de clôture du festival de Cannes, le film a été sélectionné pour ouvrir le Festival international du film de Toronto.

Treize projets viennent de la Colombie-Britannique, 12 des provinces des Prairies, 14 de la région atlantique et 2 de différentes régions du Québec et de l'Ontario. L'augmentation du nombre de projets des provinces des Prairies et de l'Atlantique témoigne du dynamisme des producteurs de ces régions.

Production : le Fonds assume 30 % des devis de 24 longs métrages
Importance des autres sources gouvernementales de financement

En raison des cycles de développement et de production des longs métrages, l'éventail des projets varie d'une année à l'autre en ce qui concerne les devis des productions, le nombre et l'envergure des coproductions, et la contribution des diverses sources de financement.

Cette année, la contribution s'est révélée particulièrement déterminante. De fait, le FFLM a assumé 30 % des devis de l'exercice (14,1 millions de dollars), comparativement à 21 % en 1998-1999. Les devis de l'exercice étaient moins élevés qu'en 1998-1999, la Société ayant appuyé plusieurs premiers longs métrages de la relève.

Plusieurs projets ont obtenu l'appui d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un total de près de 2 millions de dollars, ce qui porte à près de 34 % la contribution de la Société aux projets de l'exercice. Ainsi *Possible Worlds* de Robert Lepage et *Ginger Snaps* de John Fawcett ont été appuyés à la fois par le FFLM et le PPC.

De grands noms de notre cinéma

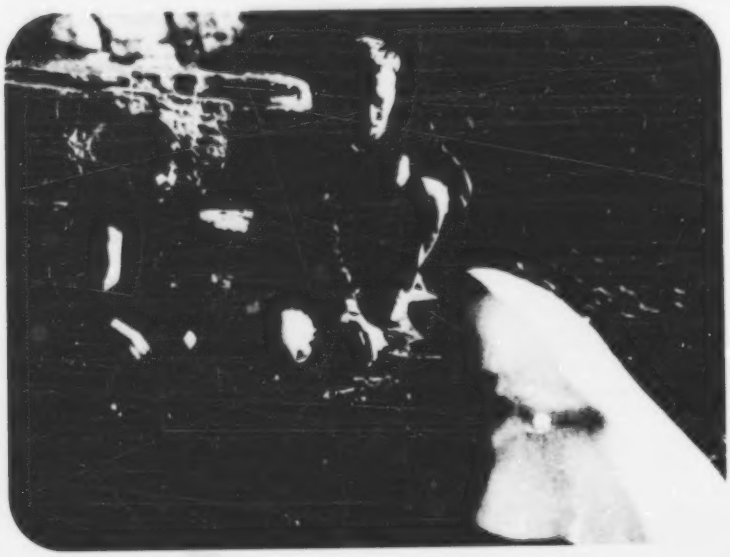
Par l'entremise du FFLM, Téléfilm Canada a appuyé depuis 1986 la carrière de cinéastes comme Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald et Anne Wheeler. Leurs œuvres et celles de dizaines d'autres cinéastes de talent ont offert au public d'ici et d'ailleurs des images, des histoires et des personnages à nuls autres pareils.

MARINE LIFE
r. Anne Wheeler
Crescent Entertainment/
Decode Entertainment/
Strom Haus Production
Le dernier film de la réputée cinéaste Anne Wheeler raconte la quête d'amour d'une adolescente de 12 ans au sein d'une famille éminemment dysfonctionnelle.

Les autres sources gouvernementales ont assumé près de 31 % des devis, comparativement à 15 % en 1998-1999. Les crédits d'impôt représentent la moitié de leur apport. Téléfilm Canada a été heureuse de s'associer à l'Office national du film du Canada, au Conseil des Arts du Canada, aux gouvernements du Manitoba, du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et à d'autres organismes provinciaux pour la création de longs métrages.

Un certain nombre de projets sont des coproductions inter-provinciales entre plusieurs entreprises, ce qui a facilité leur financement. Parmi ces projets, on retrouve *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* et *Saint-Jude*.

Les entreprises de télédiffusion ont maintenu leur contribution sensiblement au même montant, tandis que les fonds d'aide privés jouent un rôle plus important dans le financement de notre cinéma. Quant aux distributeurs canadiens et aux participants étrangers, ils demeurent des partenaires déterminants de l'essor du cinéma canadien.



GINGER SNAPS
r. John Fawcett
Copper Heart Entertainment / Water Pictures
A la veille de son 16e anniversaire, la jeune Ginger est happée par une folie destructrice sur fond de violence, de sexe et d'agression sociale. Présente en première au Festival international du film de Toronto, ce long metrage est distribue au Canada par TVA International, aux États-Unis par Unipix, et sur la scène internationale par Lions Gate Films.

Répartition régionale et linguistique

Les ressources du FFLM ont été réparties équitablement entre la production en français (36 %) et en anglais (64 %). Le Fonds a contribué à l'essor de la production en situation linguistique minoritaire en participant à deux projets en anglais à Montréal, *The Favourite Game* et *Eisenstein*.

Le Fonds encourage la relève en finançant chaque année des premiers longs métrages. C'est ainsi que de jeunes cinéastes comme Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean et Mina Shum ont fait des débuts remarqués au grand écran au cours des dernières années. À surveiller de près, les carrières prometteuses de la relève 1999-2000 en long métrage dont Claude Demers (*L'Invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Kanadiana*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) et Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).

Vingt-trois pour cent des ressources du Fonds ont été allouées à la production régionale, soit approximativement la moyenne des derniers exercices. Il faut noter que deux coproductions d'envergure sont issues de la Colombie-Britannique, soit *On the Nose* (Royaume-Uni/Irlande) et *Lunch with Charles*, une coproduction avec Hong-Kong.

Le FFLM n'a appuyé aucune production de la région atlantique cette année, mais il faut mentionner que trois projets de longs métrages ont été financés par l'entremise d'autres fonds, soit *Violet* et *The Bingo Robbers* (Terre-Neuve), et *Parsley Days* (Nouvelle-Écosse). Par ailleurs, 14 projets de

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
FRANÇAIS	9 720	44,5	7 447	48,0	11 334	54,0
ANGLAIS	12 116	55,5	8 065	52,0	9 666	46,0
TOTAL	21 836	100,0	15 512	100,0	21 000	100,0

MARINE LIFE
r. Anne Wheeler
Crescent Entertainment/
Decode Entertainment/
Strom Haus Production
Le dernier film de la réputée cinéaste Anne Wheeler raconte la quête d'amour d'une adolescente de 12 ans au sein d'une famille éminemment dysfonctionnelle.

Les autres sources gouvernementales ont assumé près de 31 % des devis, comparativement à 15 % en 1998-1999. Les crédits d'impôt représentent la moitié de leur apport. Téléfilm Canada a été heureuse de s'associer à l'Office national du film du Canada, au Conseil des Arts du Canada, aux gouvernements du Manitoba, du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et à d'autres organismes provinciaux pour la création de longs métrages.

Un certain nombre de projets sont des coproductions inter-provinciales entre plusieurs entreprises, ce qui a facilité leur financement. Parmi ces projets, on retrouve *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* et *Saint-Jude*.

Les entreprises de télédiffusion ont maintenu leur contribution sensiblement au même montant, tandis que les fonds d'aide privés jouent un rôle plus important dans le financement de notre cinéma. Quant aux distributeurs canadiens et aux participants étrangers, ils demeurent des partenaires déterminants de l'essor du cinéma canadien.

GINGER SNAPS
r. John Fawcett
Copper Heart Entertainment / Water Pictures
À la veille de son 16e anniversaire, la jeune Ginger est happée par une folie destructrice sur fond de violence, de sexe et d'agression sociale. Présenté en première au Festival international du film de Toronto, ce long métrage est distribué au Canada par TVA International, aux États-Unis par Unipix, et sur la scène internationale par Lions Gate Films.

Répartition régionale et linguistique

Les ressources du FFLM ont été réparties équitablement entre la production en français (36 %) et en anglais (64 %). Le Fonds a contribué à l'essor de la production en situation linguistique minoritaire en participant à deux projets en anglais à Montréal, *The Favourite Game* et *Eisenstein*.

Le Fonds encourage la relève en finançant chaque année des premiers longs métrages. C'est ainsi que de jeunes cinéastes comme Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean et Mina Shum ont fait des débuts remarqués au grand écran au cours des dernières années. À surveiller de près, les carrières prometteuses de la relève 1999-2000 en long métrage dont Claude Demers (*L'Invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Kanadiana*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) et Pierre Greco (*Un petit vent de panique*).

Vingt-trois pour cent des ressources du Fonds ont été allouées à la production régionale, soit approximativement la moyenne des derniers exercices. Il faut noter que deux coproductions d'envergure sont issues de la Colombie-Britannique, soit *On the Nose* (Royaume-Uni/Irlande) et *Lunch with Charles*, une coproduction avec Hong-Kong.

Le FFLM n'a appuyé aucune production de la région atlantique cette année, mais il faut mentionner que trois projets de longs métrages ont été financés par l'entremise d'autres fonds, soit *Violet* et *The Bingo Robbers* (Terre-Neuve), et *Parsley Days* (Nouvelle-Écosse). Par ailleurs, 14 projets de

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

	1993-1994		1994-1995		1995-1996	
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS	9 720	44,5	7 447	48,0	11 334	54,0
ANGLAIS	12 116	55,5	8 065	52,0	9 666	46,0
TOTAL	21 836	100,0	15 512	100,0	21 000	100,0

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

Lieu	Nombre de projets*	Devis**	Participation de Téléfilm Canada	
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	% du devis
Montréal	13	22 305	**6 365**	**28,5**
Toronto	6	18 234	**4 735**	**26,0**
Sous-total	19	40 539	**11 100**	**27,4**
Colombie-Britannique	2	5 053	**2 250**	**44,5**
Alberta	1	715	**336**	**47,0**
Saskatchewan	–	–	**0**	**0,0**
Manitoba	1	273	**138**	**50,5**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	–	–	**0**	**0,0**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	1	1 075	**325**	**30,2**
Nouveau-Brunswick	–	–	**0**	**0,0**
Nouvelle-Écosse	–	–	**0**	**0,0**
Île-du-Prince-Édouard	–	–	**0**	**0,0**
Terre-Neuve	–	–	**0**	**0,0**
Sous-total	5	7 116	**3 049**	**42,8**
TOTAL	24	47 654	**14 149**	**29,7**

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

** Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

ON THE NOSE
r. David Caffrey
Cadence Entertainment Inc. / Subotica Entertainment Ltd.
Première coproduction Canada-Irlande, ce long métrage relate les aventures de Brendan, portier au Dublin Medical College. Aux prises avec des problèmes financiers, il renoue avec son passé d'ancien joueur compulsif et se rend au champ de course local, quelques complots bien en tête.

développement de la région atlantique ont été mis en route dans le cadre du FFLM et annoncent des exercices fructueux sur le plan du cinéma.

Sept coproductions avec sept pays

Quatre coproductions ont été financées avec la France et d'autres pays partenaires : *Des chiens dans la neige* (France), *Desire* (Allemagne-France), *En vacances* (France-Belgique) et *Une petite fête* (Belgique/France). *Eisenstein* a été produite avec l'Allemagne, *On the Nose* est une coproduction avec la Grande-Bretagne et l'Irlande, et *Lunch with Charles* a été produite avec Hong-Kong.

Une des sept coproductions était à part égale, une autre était une majoritaire canadienne, et cinq autres étaient des minoritaires canadiennes. Les devis totaux des sept coproductions se sont élevés à près de 29 millions de dollars. Téléfilm Canada a assumé 38 % de la part canadienne des devis.

1996-1997		1997-1998		1998-1999		1999-2000		1993-2000	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
7 560	34,8	6 464	39,5	7 139	34,5	5 989	35,9	**55 653**	**41,6**
14 152	65,2	9 921	60,5	13 545	65,5	10 686	64,1	**78 151**	**58,4**
21 712	100,0	16 385	100,0	20 684	100,0	16 675	100,0	**133 804**	**100,0**

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement - nouveaux contrats signés

	Nombre de projets*	Devis totaux	Devis**	Téléfilm Canada					
				Fonds de financement de de longs métrages		FCT – Programme de participation au capital		Autres Fonds (Mini-traités et PPRP)	
		En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS	12	26 616	**17 760**	**5 290**	**29,8**	–	0,0	293	1,7
ANGLAIS	12	38 084	**29 895**	**8 859**	**29,6**	1 663	5,6	–	0,0
TOTAL	24	64 700	**47 654**	**14 149**	**29,7**	1 663	3,5	293	0,6

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.

** Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 $) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

DISTRIBUTEURS

Participation financière - Production seulement

	Total	
	En milliers de dollars	%
FRANÇAIS	**1 660**	**9,3**
ANGLAIS	**4 426**	**14,8**
TOTAL	**6 086**	**12,8**

SECTEUR PRIVÉ

Participation financière - Production seulement

	Total		Producteurs/ Équipes/ Services	Fonds d'aide privés	Investisseurs privés	Commanditaires	Autres
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS	**1 539**	**8,7**	900	639	–	–	–
ANGLAIS	**5 151**	**17,2**	2 589	2 562	–	–	–
TOTAL	**6 690**	**14,0**	3 489	3 201	0	0	0

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière - Production seulement

	Total		Organismes fédéraux		
			ONF	Conseil des arts du Canada	Crédit d'impôt
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS	**8 367**	**47,1**	24	117	410
ANGLAIS	**6 228**	**20,8**	–	15	1 255
TOTAL	**14 596**	**30,6**	24	132	1 665

Distributeurs		Secteur privé		Autres sources gouvernementales		Entreprises de télédiffusion		Participants étrangers	
En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	%
1 660	9,3	1 539	8,7	8 367	47,1	356	2,0	254	1,4
4 426	14,8	5 151	17,2	6 228	20,8	945	3,2	2 623	8,8
6 086	12,8	6 690	14,0	14 596	30,6	1 301	2,7	2 877	6,0

PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

	Total		Coproducteurs	Distributeurs	Télédiffuseurs
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS	**254**	**1,4**	–	–	254
ANGLAIS	**2 623**	**8,8**	2 024	150	449
TOTAL	**2 877**	**6,0**	2 024	150	703

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

	Total		Entreprises de télédiffusion	Télévision payante
	En milliers de dollars	%	En milliers de dollars	En milliers de dollars
FRANÇAIS	**356**	**2,0**	356	–
ANGLAIS	**945**	**3,2**	75	870
TOTAL	**1 301**	**2,7**	431	870

					Organismes provinciaux
Crédit d'impôt du Manitoba	Crédit d'impôt du Québec	Crédit d'impôt de l'Ontario	SODEC	British Columbia Film	Autres
En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
–	3 428	–	4 380	–	8
465	1 239	628	1 865	200	561
465	4 667	628	6 245	200	569

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

FULL BLAST
r. Rodrigue Jean
Transmar – Les Films de l'Île
Inspiré du roman *L'ennemi*, de l'écrivain acadien Martin Pitre, récipiendaire du prestigieux prix France-Acadie, *Full Blast* montre bien que les jeunes des régions, comme ceux des grandes villes, vivent à l'heure planétaire.

La politique publique de développement du long métrage canadien est actuellement en révision. Téléfilm Canada, le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie visent une politique globale, incluant les secteurs de la production, de la distribution et du marketing. On entend faire en sorte, entre autres, que le cinéma canadien soit plus visible et rejoigne de plus vastes auditoires.

Depuis 1988, les ressources financières du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages jouent un rôle à cet égard. Le Fonds intervient à plusieurs phases de la vie d'un long métrage en appuyant de multiples activités des distributeurs, de l'acquisition des droits de distribution (accordés sous forme de minimums garantis sur les recettes futures) jusqu'au lancement en salles et à la promotion.

Au total, le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution de 41 longs métrages, et contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 24 longs métrages.

Le cinéma canadien fait face à une forte compétition qui exige un travail de collaboration étroit de tous les intervenants du milieu. Téléfilm encourage notamment une plus grande synergie entre les producteurs et les distributeurs et cela, le plus tôt possible dans l'évolution des projets. Cette synergie s'avère cruciale pour la mise en place de stratégies de mise en marché qui retiennent l'attention de publics cibles bien identifiés.

Des marges de crédit selon la performance des compagnies

Le Fonds offre des marges de crédit basées sur la performance des compagnies de distribution, laquelle se mesure par les retours sur la contribution de Téléfilm et par les recettes aux guichets. Il comprend deux volets. Le Fonds principal s'adresse aux compagnies expérimentées, qui sont fortement engagées dans la diffusion d'œuvres canadiennes. Le Fonds auxiliaire appuie de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens est moindre, de façon à encourager le développement de ces entreprises et leur contribution à l'essor de notre cinéma.

Les tests de marché et les tests de projection auprès de différents publics sont des outils de plus en plus utilisés par les producteurs et distributeurs de longs métrages. Quant à la promotion des produits, elle se diversifie et se modernise : de plus en plus de longs métrages ont un site Internet. Au Québec, le pourcentage atteint 35 % et la majorité des plans de marketing pour les demandes de 2000-2001 comprennent cette technologie.

Objectif marketing

En 1999-2000, le Fonds a engagé une somme de 10,9 millions de dollars, appuyant ainsi les activités de dix entreprises de distribution. Les débours se sont élevés à 11 millions de dollars. Une somme de 8,2 millions de dollars a été allouée à de nouveaux projets, soit 5,1 millions de dollars pour les minimums garantis aux producteurs, 3 millions de dollars pour des activités de marketing et 125 000 $ en prêts corporatifs. Une somme de 2,8 millions de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents.

Soulignons que le pourcentage du Fonds alloué au marketing atteint pour la première fois plus de 30 % des ressources consacrées aux nouveaux projets, ce qui dénote la volonté des distributeurs de mettre l'accent sur la promotion. Parmi les activités de marketing, on compte la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires (notamment à la télévision), les frais de copie de films, le déplacement en région de réalisateurs et de comédiens principaux, l'embauche d'une attachée de presse, des tests de projection, des tests de marché et la création de sites Internet.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

FULL BLAST

Inspiré du roman *L'ennemi*, de l'écrivain acadien Martin Pitre, récipiendaire du prestigieux prix France-Acadie, *Full Blast* montre bien que les jeunes des régions, comme ceux des grandes villes, vivent à l'heure planétaire.

La politique publique de développement du long métrage canadien est actuellement en révision. Téléfilm Canada, le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie visent une politique globale, incluant les secteurs de la production, de la distribution et du marketing. On entend faire en sorte, entre autres, que le cinéma canadien soit plus visible et rejoigne de plus vastes auditoires.

Depuis 1988, les ressources financières du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages jouent un rôle à cet égard. Le Fonds intervient à plusieurs phases de la vie d'un long métrage en appuyant de multiples activités des distributeurs, de l'acquisition des droits de distribution (accordés sous forme de minimums garantis sur les recettes futures) jusqu'au lancement en salles et à la promotion.

Au total, le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution de 41 longs métrages, et contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 24 longs métrages.

Le cinéma canadien fait face à une forte compétition qui exige un travail de collaboration étroit de tous les intervenants du milieu. Téléfilm encourage notamment une plus grande synergie entre les producteurs et les distributeurs et cela, le plus tôt possible dans l'évolution des projets. Cette synergie s'avère cruciale pour la mise en place de stratégies de mise en marché qui retiennent l'attention de publics cibles bien identifiés.

Des marges de crédit selon la performance des compagnies

Le Fonds offre des marges de crédit basées sur la performance des compagnies de distribution, laquelle se mesure par les retours sur la contribution de Téléfilm et par les recettes aux guichets. Il comprend deux volets. Le Fonds principal s'adresse aux compagnies expérimentées, qui sont fortement engagées dans la diffusion d'œuvres canadiennes. Le Fonds auxiliaire appuie de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens est moindre, de façon à encourager le développement de ces entreprises et leur contribution à l'essor de notre cinéma.

Les tests de marché et les tests de projection auprès de différents publics sont des outils de plus en plus utilisés par les producteurs et distributeurs de longs métrages. Quant à la promotion des produits, elle se diversifie et se modernise : de plus en plus de longs métrages ont un site Internet. Au Québec, le pourcentage atteint 35 % et la majorité des plans de marketing pour les demandes de 2000-2001 comprennent cette technologie.

Objectif marketing

En 1999-2000, le Fonds a engagé une somme de 10,9 millions de dollars, appuyant ainsi les activités de dix entreprises de distribution. Les débours se sont élevés à 11 millions de dollars. Une somme de 8,2 millions de dollars a été allouée à de nouveaux projets, soit 5,1 millions de dollars pour les minimums garantis aux producteurs, 3 millions de dollars pour des activités de marketing et 125 000 $ en prêts corporatifs. Une somme de 2,8 millions de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents.

Soulignons que le pourcentage du Fonds alloué au marketing atteint pour la première fois plus de 30 % des ressources consacrées aux nouveaux projets, ce qui dénote la volonté des distributeurs de mettre l'accent sur la promotion. Parmi les activités de marketing, on compte la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires (notamment à la télévision), les frais de copie de films, le déplacement en région de réalisateurs et de comédiens principaux, l'embauche d'une attachée de presse, des tests de projection, des tests de marché et la création de sites Internet.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Compagnies bénéficiaires

	Fonds principal En milliers de dollars	Fonds auxiliaire En milliers de dollars	Total En milliers de dollars
CRÉDITS DISPONIBLES	10 523	990	11 512
TOTAL	**10 523**	**990**	**11 512**
UTILISATION DES CRÉDITS			
Alliance Releasing/Odeon Films*	2 562	–	2 562
Aska Film Distribution	–	122	122
Compagnie France Film	874	–	874
Film Tonic	805	218	1 023
Films Lions Gate	2 813	–	2 813
Films Seville	1 650	–	1 650
Motion International	933	–	933
Red Sky Entertainment	–	326	326
Remstar Distribution	599	15	614
Société de distribution Cinéma Libre	–	90	90
TOTAL	**10 236**	**771**	**11 007**

* Odeon Films a été acquis par le groupe Alliance Releasing.

MULTIMÉDIA

FONDS POUR LE MULTIMÉDIA

Répartition des projets par composante - incluant les modifications aux projets des années précédentes

	Nombre de projets	Devis (En milliers de dollars)	Participation de Téléfilm Canada (En milliers de dollars)	Participation de Téléfilm Canada (% du devis)
DÉVELOPPEMENT				
Français	8	1 629	494	30,3
Anglais	25	3 005	1 255	41,8
Sous-total – développement	**33**	**4 634**	**1 750**	**37,8**
PRODUCTION				
Français	6	3 256	954	29,3
Anglais	11	4 912	1 565	31,9
Sous-total – production	**17**	**8 168**	**2 519**	**30,8**
MARKETING				
Français	5	1 432	550	38,4
Anglais	10	2 470	1 043	42,2
Sous-total – marketing	**15**	**3 901**	**1 593**	**40,8**
TOTAL	**65**	**16 703**	**5 861**	**35,1**

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement du développement, de la production et du marketing (incluant les modifications aux projets des années précédentes)

Lieu	Nombre de projets	Devis (En milliers de dollars)	Participation de Téléfilm Canada (En milliers de dollars)	Participation de Téléfilm Canada (% du devis)
Montréal	22	7 428	**2 411**	**32,5**
Toronto	12	2 157	**898**	**41,6**
Sous-total	**34**	**9 585**	**3 309**	**34,5**
Colombie-Britannique	18	3 768	**1 606**	**42,6**
Alberta	1	225	**100**	**44,5**
Saskatchewan	1	129	**45**	**35,0**
Manitoba	0	0	**0**	**0,0**
Ontario (à l'exclusion de Toronto)	1	234	**65**	**27,8**
Québec (à l'exclusion de Montréal)	4	1 189	**420**	**35,3**
Nouveau-Brunswick	0	0	**0**	**0,0**
Nouvelle-Écosse	5	1 457	**286**	**19,6**
Île-du-Prince-Édouard	0	0	**0**	**0,0**
Terre-Neuve	1	117	**30**	**25,6**
Sous-total	**31**	**7 118**	**2 552**	**35,9**
TOTAL	**65**	**16 703**	**5 861**	**35,1**

M121

IMPORTANT NOTE CONCERNING THE FOLLOWING PAGES

THE PAGES WHICH FOLLOW HAVE BEEN FILMED TWICE IN ORDER TO OBTAIN THE BEST REPRODUCTIVE QUALITY

USERS SHOULD CONSULT ALL THE PAGES REPRODUCED ON THE FICHE IN ORDER TO OBTAIN A COMPLETE READING OF THE TEXT.

REMARQUE IMPORTANTE CONCERNANT LES PAGES QUI SUIVENT

LES PAGES SUIVANTES ONT ÉTÉ REPRODUITES EN DOUBLE AFIN D'AMÉLIORER LA QUALITÉ DE REPRODUCTION

LES UTILISATEURS DOIVENT CONSULTER TOUTES LES PAGES REPRODUITES SUR LA FICHE AFIN D'OBTENIR LA LECTURE DU TEXTE INTÉGRAL

micromedia
a division of IHS Canada

20 Victoria Street
Toronto, Ontario M5C 2N8
Tel.: (416) 362-5211
Toll Free: 1-800-387-2689
Fax: (416) 362-6161
Email: info@micromedia.on.ca

Du côté des nouveaux médias, l'exercice 1999-2000 a été marqué par des projets de grande qualité, aux thèmes diversifiés, par une forte participation aux marchés internationaux et par des succès à l'échelle mondiale. En investissant en force le champ des nouveaux médias, les créateurs canadiens démontrent qu'ils sont à l'avant-garde sur le plan de l'innovation, tant en ce qui concerne le contenu que les nouvelles technologies.

Grâce à un budget de 30 millions de dollars répartis sur cinq exercices, soit 1998 à 2003, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada contribue à cette vitalité. Au cours de l'exercice, il a apporté un appui financier de 5,9 millions de dollars au développement, à la production et à la mise en marché d'œuvres canadiennes multimédias destinées au grand public.

Téléfilm administre le Fonds dans le même esprit que ses autres ressources : elle encourage un contenu de grande qualité, créé par des Canadiens de toutes les régions. La Société appuie des projets en français et en anglais, et accorde une attention particulière aux demandes des petites et moyennes entreprises. La Société facilite l'accès du public aux œuvres multimédias canadiennes. Elle entend faire en sorte que les entreprises canadiennes du multimédia soient plus stables et bénéficient d'assises financières plus solides.

Résultats de l'exercice 1999-2000

Le Fonds pour le multimédia a participé au financement de 65 projets dont les devis s'élevaient à 16,7 millions de dollars. La Société a assumé 35 % des devis, comparativement à 33 % au cours du dernier exercice. Cette contribution est plus élevée que celle de Téléfilm à l'industrie du film et de la télévision. Le multimédia est encore un secteur à haut risque, dont les entreprises sont souvent sous-capitalisées et pour lequel il faut créer une nouvelle tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux.

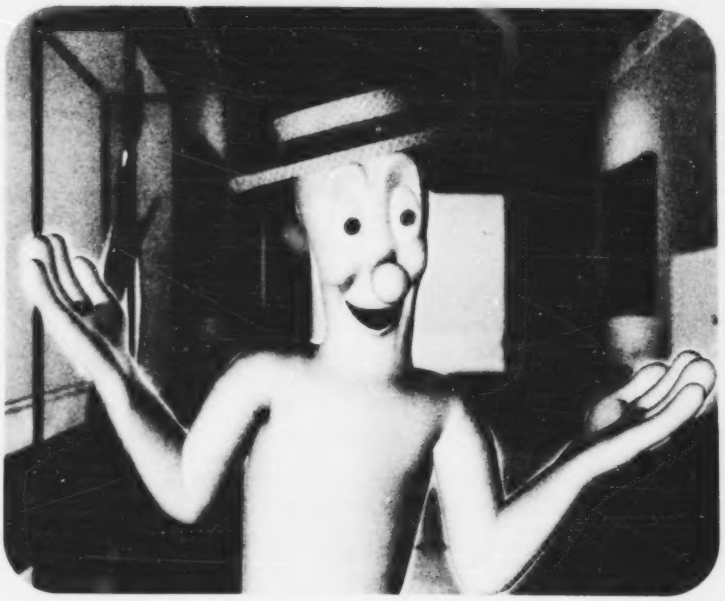
Œuvres multimédias

Les produits multimédias canadiens sont d'extraordinaires machines à voyager dans le temps et l'espace, foisonnantes de sons, d'images, d'histoires et de couleurs. On se ballade dans l'histoire du Canada de 1500 à nos jours, on s'y promène librement dans des musées imaginaires, on y visite les plus succulents pays du monde, on décrypte les messages et le pouvoir des médias, on crée des maisons virtuelles, on se familiarise avec la chimie de l'antiquité à l'ère atomique, on explore de nouvelles planètes, on y commande des flottes de vaisseaux intersidéraux et, pour finir, on y invente l'avenir, ni plus ni moins...

MONSTER BY MISTAKE – ONLINE ADVENTURE/ MONSTRE PAR ERREUR – L'AVENTURE EN LIGNE

Cartoon Entertainment
Cabbagit Productions

Depuis sa création à l'automne 1999, ce site Internet interactif destiné aux jeunes a reçu plus de 2,2 millions de visiteurs, et a remporté plusieurs prix dont le Intermedia-globe Gold Award du meilleur design au World Media Festival de Hambourg, ainsi que plusieurs prix aux Golden Internet Awards.



La Société a alloué 30 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 43 % à des projets de production et 27 % à des projets de marketing. Depuis la création du Fonds, de plus en plus de projets complètent le cycle développement-production-mise en marché. Conséquemment, les ressources allouées au marketing de projets augmentent chaque année.

Au cours de l'exercice, 66 % des fonds ont été consacrés à des projets en anglais et 34 % a des projets en français. La production régionale augmente et représente cette année près de 50 % des ressources du Fonds, mais le développement du secteur du multimédia demeure inégal au pays en raison, principalement, des mesures incitatives qui varient beaucoup d'un gouvernement provincial à l'autre.

Montréal et Vancouver se révèlent les principaux centres de multimédia du pays, avec une part respective de 41 % et de 27 % des ressources du Fonds. Des projets sont également issus des provinces des Prairies, de la région atlantique et de différentes régions du Québec et de l'Ontario, ce qui reflète l'intérêt national envers les nouvelles technologies de création.

LE MONDE SELON HEMINGWAY

Judith Beaupré
Éric Chenier
Productions Pascal Blais

Produit dérivé du film d'animation *Le Vieil Homme et la mer*, gagnant d'un Oscar, ce cédérom ludo-éducatif est destiné aux jeunes entre 12 et 17 ans. Produit en français et en anglais, il fera l'objet d'une distribution sur le marché américain à l'automne.

Du côté des nouveaux médias, l'exercice 1999-2000 a été marqué par des projets de grande qualité, aux thèmes diversifiés, par une forte participation aux marchés internationaux et par des succès à l'échelle mondiale. En investissant en force le champ des nouveaux médias, les créateurs canadiens démontrent qu'ils sont à l'avant-garde sur le plan de l'innovation, tant en ce qui concerne le contenu que les nouvelles technologies.

Grâce à un budget de 30 millions de dollars répartis sur cinq exercices, soit 1998 à 2003, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada contribue à cette vitalité. Au cours de l'exercice, il a apporté un appui financier de 5,9 millions de dollars au développement, à la production et à la mise en marché d'œuvres canadiennes multimédias destinées au grand public.

Téléfilm administre le Fonds dans le même esprit que ses autres ressources : elle encourage un contenu de grande qualité, créé par des Canadiens de toutes les régions. La Société appuie des projets en français et en anglais, et accorde une attention particulière aux demandes des petites et moyennes entreprises. La Société facilite l'accès du public aux œuvres multimédias canadiennes. Elle entend faire en sorte que les entreprises canadiennes du multimédia soient plus stables et bénéficient d'assises financières plus solides.

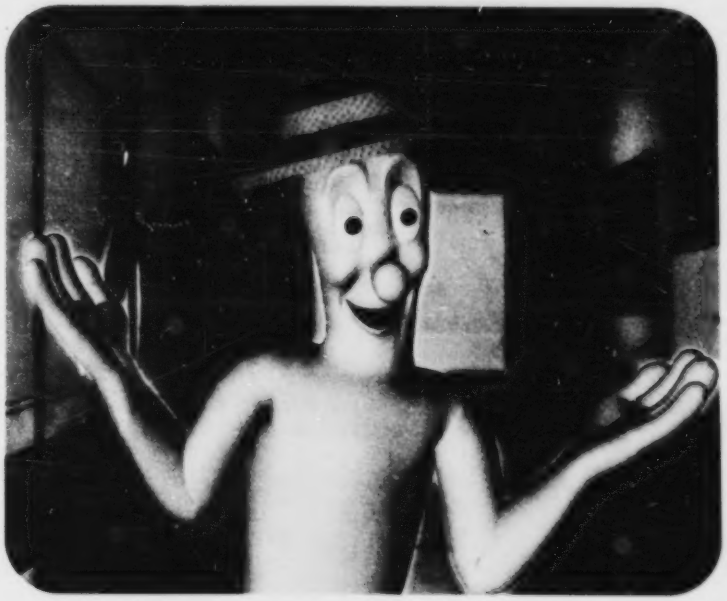
Résultats de l'exercice 1999-2000

Le Fonds pour le multimédia a participé au financement de 65 projets dont les devis s'élevaient à 16,7 millions de dollars. La Société a assumé 35 % des devis, comparativement à 33 % au cours du dernier exercice. Cette contribution est plus élevée que celle de Téléfilm à l'industrie du film et de la télévision. Le multimédia est encore un secteur à haut risque, dont les entreprises sont souvent sous-capitalisées et pour lequel il faut créer une nouvelle tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux.

Œuvres multimédias

Les produits multimédias canadiens sont d'extraordinaires machines à voyager dans le temps et l'espace, foisonnantes de sons, d'images, d'histoires et de couleurs. On se ballade dans l'histoire du Canada de 1500 à nos jours, on s'y promène librement dans des musées imaginaires, on y visite les plus succulents pays du monde, on décrypte les messages et le pouvoir des médias, on crée des maisons virtuelles, on se familiarise avec la chimie de l'antiquité à l'ère atomique, on explore de nouvelles planètes, on y commande des flottes de vaisseaux intersidéraux et, pour finir, on y invente l'avenir, ni plus ni moins...

MONSTER BY MISTAKE – ONLINE ADVENTURE/ MONSTRE PAR ERREUR – L'AVENTURE EN LIGNE
Cambium Entertainment/ Catapult Productions
Depuis sa création à l'automne 1999, ce site Internet interactif destiné aux jeunes a reçu plus de 2,2 millions de visiteurs, et a remporté plusieurs prix dont le Intermedia-globe Gold Award du meilleur design au World Media Festival de Hambourg, ainsi que plusieurs prix aux Golden Internet Awards.



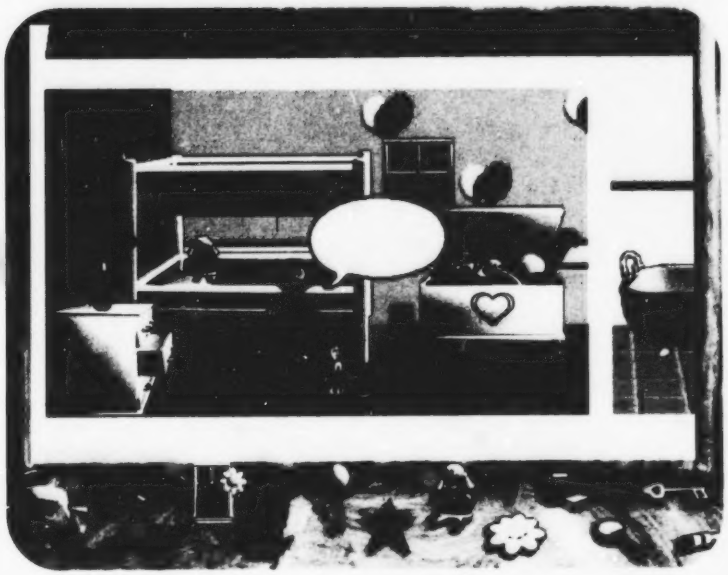
La Société a alloué 30 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 43 % à des projets de production et 27 % à des projets de marketing. Depuis la création du Fonds, de plus en plus de projets complètent le cycle développement-production-mise en marché. Conséquemment, les ressources allouées au marketing de projets augmentent chaque année.

Au cours de l'exercice, 66 % des fonds ont été consacrés à des projets en anglais et 34 % a des projets en français. La production régionale augmente et représente cette année près de 50 % des ressources du Fonds, mais le développement du secteur du multimédia demeure inégal au pays en raison, principalement, des mesures incitatives qui varient beaucoup d'un gouvernement provincial à l'autre.

Montréal et Vancouver se révèlent les principaux centres de multimédia du pays, avec une part respective de 41 % et de 27 % des ressources du Fonds. Des projets sont également issus des provinces des Prairies, de la région atlantique et de différentes régions du Québec et de l'Ontario, ce qui reflète l'intérêt national envers les nouvelles technologies de création.

LE MONDE SELON HEMINGWAY
r. Judith Beauregard, Élie Charest
Productions Pascal Blais
Produit dérivé du film d'animation *Le Vieil Homme et la mer*, gagnant d'un Oscar, ce cédé-rom ludo-éducatif est destiné aux jeunes entre 12 et 17 ans. Produit en français et en anglais, il fera l'objet d'une distribution sur le marché américain à l'automne.

Dix-sept projets de production
L'analyse de la structure financière des 17 projets de production de l'exercice démontre que l'appui du Fonds représente 31 % des devis ; le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 32 % ; les fonds d'aide privés, 5 % ; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 18 % ; les organismes fédéraux et provinciaux, 9 % ; et les participants étrangers, 5 %.



SUZI'S DOLLHOUSE
MMI Multimédia Interactif
Il est rare qu'un jeu multimédia suscite autant d'intérêt : pour *Suzi's Dollhouse*, le distributeur a même garanti au producteur un certain nombre de ventes. Destiné aux enfants de 4 à 7 ans, le jeu multimédia permet de créer une maison de poupée virtuelle.

1999-2000 : une centaine de compagnies ont eu accès au Fonds
Le Fonds appuie des projets variés : documentaires, documents de référence, produits éducatifs et ludo-éducatifs, jeux d'action et de stratégie, et sites Internet. Les projets financés ont été présentés par une centaine de compagnies canadiennes, principalement des entreprises spécialisées en multimédia, mais aussi des producteurs de films et d'émissions de télévision qui diversifient leurs activités, et des maisons d'édition traditionnelles qui explorent aussi de nouvelles voies.

Plusieurs projets s'adressent spécifiquement aux enfants. Les jeunes consommateurs ont ainsi l'occasion de découvrir les nouveaux médias grâce à des produits culturels canadiens qui encouragent la connaissance et stimulent leur imagination et leur esprit de découverte.

Création d'un regroupement national

1999-2000 a vu la création d'un regroupement national des associations du multimédia, IMPAC, ce qui témoigne de la vitalité de cette industrie. Plusieurs nouveaux outils de communication ont été créés au cours de l'exercice – répertoires, guides, magazines, sites Internet – qui illustrent l'envergure, le savoir-faire et les défis d'une industrie qui compte plus de 1 000 compagnies à l'échelle canadienne.

Cap sur la formation et sur le développement international
La Société s'assure que l'industrie de la production et de la distribution d'œuvres multimédias soit concurrentielle sur les marchés national et international. Ainsi, tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm a injecté, en 1999-2000, une somme de 500 000 $ pour appuyer diverses activités de l'industrie.

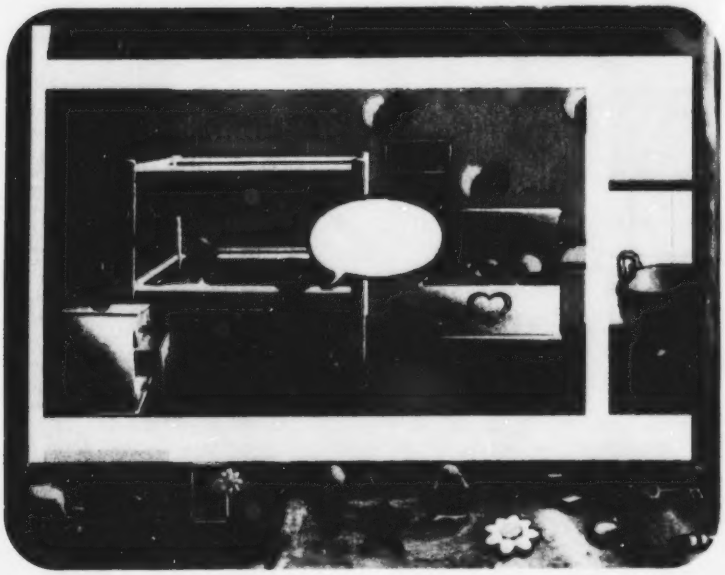
La Société a appuyé des activités encourageant le développement professionnel et industriel du secteur du multimédia. Il s'agit principalement d'activités de formation, de recherche, de promotion et de publication des professionnels du multimédia. Le développement international des entreprises a été à l'ordre du jour. Les entreprises ont ainsi eu accès aux services logistiques et promotionnels de Téléfilm dans les événements internationaux, soit le MILIA à Cannes, le E^3 à Los Angeles, le MIM à Montréal et l'Atlantic Digital Media Awards (ADMF) à Baddeck, en Nouvelle-Écosse. En 2000-2001, Téléfilm participera aussi au ECTS de Londres, un marché qui ouvrira de nouvelles perspectives aux créateurs, producteurs et distributeurs canadiens.

À Téléfilm Canada, des experts-conseils en multimédia

Téléfilm Canada met à la disposition des producteurs et distributeurs de produits multimédias les services d'experts-conseils en la matière. De plus, l'industrie du multimédia bénéficie de l'expertise de Téléfilm en matière d'analyse de contenu, d'analyse financière et juridique, de marketing, de communications et de relations internationales.

www.telefilm.gc.ca
Pour plus de renseignements sur Téléfilm Canada et l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Dix-sept projets de production
L'analyse de la structure financière des 17 projets de production de l'exercice démontre que l'appui du Fonds représente 31 % des devis ; le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 32 % ; les fonds d'aide privés, 5 % ; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 18 % ; les organismes fédéraux et provinciaux, 9 % ; et les participants étrangers, 5 %.



SUZI'S DOLLHOUSE
MMI Multimédia Interactif
Il est rare qu'un jeu multimédia suscite autant d'intérêt : pour *Suzi's Dollhouse*, le distributeur a même garanti au producteur un certain nombre de ventes. Destiné aux enfants de 4 à 7 ans, le jeu multimédia permet de créer une maison de poupée virtuelle.

1999-2000 : une centaine de compagnies ont eu accès au Fonds
Le Fonds appuie des projets variés : documentaires, documents de référence, produits éducatifs et ludo-éducatifs, jeux d'action et de stratégie, et sites Internet. Les projets financés ont été présentés par une centaine de compagnies canadiennes, principalement des entreprises spécialisées en multimédia, mais aussi des producteurs de films et d'émissions de télévision qui diversifient leurs activités, et des maisons d'édition traditionnelles qui explorent aussi de nouvelles voies.

Plusieurs projets s'adressent spécifiquement aux enfants. Les jeunes consommateurs ont ainsi l'occasion de découvrir les nouveaux médias grâce à des produits culturels canadiens qui encouragent la connaissance et stimulent leur imagination et leur esprit de découverte.

Création d'un regroupement national
1999-2000 a vu la création d'un regroupement national des associations du multimédia, IMPAC, ce qui témoigne de la vitalité de cette industrie. Plusieurs nouveaux outils de communication ont été créés au cours de l'exercice – répertoires, guides, magazines, sites Internet – qui illustrent l'envergure, le savoir-faire et les défis d'une industrie qui compte plus de 1 000 compagnies à l'échelle canadienne.

Cap sur la formation et sur le développement international
La Société s'assure que l'industrie de la production et de la distribution d'œuvres multimédias soit concurrentielle sur les marchés national et international. Ainsi, tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm a injecté, en 1999-2000, une somme de 500 000 $ pour appuyer diverses activités de l'industrie.

La Société a appuyé des activités encourageant le développement professionnel et industriel du secteur du multimédia. Il s'agit principalement d'activités de formation, de recherche, de promotion et de publication des professionnels du multimédia. Le développement international des entreprises a été à l'ordre du jour. Les entreprises ont ainsi eu accès aux services logistiques et promotionnels de Téléfilm dans les événements internationaux, soit le MILIA à Cannes, le E^3 à Los Angeles, le MIM à Montréal et l'Atlantic Digital Media Awards (ADMF) à Baddeck, en Nouvelle-Écosse. En 2000-2001, Téléfilm participera aussi au ECTS de Londres, un marché qui ouvrira de nouvelles perspectives aux créateurs, producteurs et distributeurs canadiens.

À Téléfilm Canada, des experts-conseils en multimédia
Téléfilm Canada met à la disposition des producteurs et distributeurs de produits multimédias les services d'experts-conseils en la matière. De plus, l'industrie du multimédia bénéficie de l'expertise de Téléfilm en matière d'analyse de contenu, d'analyse financière et juridique, de marketing, de communications et de relations internationales.

www.telefilm.gc.ca
Programmes de financement, Téléfilm Canada
L'industrie canadienne du film, de la télévision et des médias numériques

ÉTATS FINANCIERS

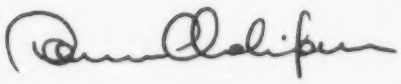
Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une garantie raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun ; que les éléments de l'actif sont protégés et contrôlés ; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnable que les opérations sont conformes à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et ses règlements, à la *Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant ; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et, peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien.

Le directeur général
François Macerola



Le directeur, finances et administration
Danny Chalifour

Montréal, Canada
Le 26 mai 2000

À LA MINISTRE DU PATRIMOINE CANADIEN

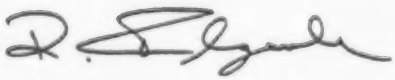
J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2000 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2000 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus. Conformément aux exigences de la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne*, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous égards importants, conformément à la *Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* et aux règlements administratifs de la Société.

Pour le vérificateur général du Canada



Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 26 mai 2000

BILAN

31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
ACTIF		
Actif à court terme		
À recevoir du Canada (note 3)	**31 484**	27 777
Prêts (note 4)	**1 348**	1 075
Débiteurs	**4 098**	5 242
Frais payés d'avance	**540**	681
	37 432	34 775
Prêts (note 4)	**4 399**	5 340
Investissements	**109**	109
Immobilisations (note 5)	**2 113**	1 816
	44 053	42 040

Voir les notes afférentes aux états financiers.

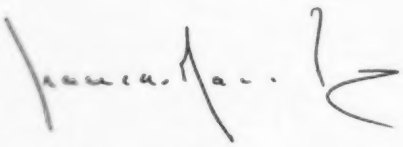
Approuvé par le Conseil :

Laurier L. LaPierre, O.C.
Président

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
PASSIF ET AVOIR DU CANADA		
Passif à court terme		
Créditeurs et frais courus	**7 339**	8 145
Passif à long terme		
Provision pour prestations de cessation d'emploi	**440**	773
Avantages incitatifs reportés sur bail	**879**	83
Aide en capital reportée (note 6)	**2 113**	1 816
Obligation découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	**996**	–
	4 428	2 672
Avoir du Canada	**32 286**	31 223
Engagements (note 12)		
Éventualités (note 14)		
	44 053	42 040

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :



François Macerola
Directeur général

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

Exercice terminé le 31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	Investissements	Récupération sur investissements	2000 Montant net	1999 Montant net
	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars	En milliers de dollars
DÉPENSES DE SUPPORT				
Production et développement				
Fonds canadien de télévision (note 10)	**95 763**	**(11 524)**	**84 239**	97 029
Fonds de financement de longs métrages	**17 537**	**(3 065)**	**14 472**	17 256
Multimédia	**5 719**	**(298)**	**5 421**	1 103
Programme de partage des revenus de production	**1 702**	**(476)**	**1 226**	985
Coproductions officielles	**1 286**	**(437)**	**849**	1 631
Fonds d'aide aux activités commerciales de production	**211**	**(984)**	**(773)**	104
Autres	**411**	**(89)**	**322**	329
	122 629	**(16 873)**	**105 756**	118 437
Distribution et marketing				
Fonds d'aide à la distribution de longs métrages	**10 007**	**(6 337)**	**3 670**	5 829
Marketing national et international	**1 228**	**(155)**	**1 073**	1 389
	11 235	**(6 492)**	**4 743**	7 218
Doublage et sous-titrage	**2 087**	**(1 216)**	**871**	851
Activités complémentaires				
Développement préprofessionnel	**2 285**	**–**	**2 285**	1 300
Développement industriel et professionnel	**1 957**	**–**	**1 957**	1 536
Subventions aux festivals canadiens	**1 908**	**–**	**1 908**	1 879
Participation aux marchés étrangers	**842**	**–**	**842**	724
Publicité, promotion et publications	**547**	**–**	**547**	457
Participation aux festivals étrangers	**485**	**–**	**485**	520
Autres	**170**	**–**	**170**	183
	8 194	**–**	**8 194**	6 599
	144 145	**(24 581)**	**119 564**	133 105
DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT (note 11)			**17 436**	15 770
COÛT DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE			**137 000**	148 875
REVENUS				
Intérêts sur prêts			**(26)**	(161)
Autres intérêts			**(326)**	(264)
Frais de gestion			**(9)**	(33)
Autre contribution (note 9)			**(1 000)**	–
			(1 361)	(458)
COÛT NET DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE AVANT FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL			**135 639**	148 417
FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL				
Crédit parlementaire pour l'exploitation			**77 605**	78 301
Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8)			**58 099**	64 291
Amortissement de l'aide en capital reportée (note 6)			**998**	579
			136 702	143 171
BÉNÉFICE NET (PERTE NETTE) D'EXPLOITATION			**1 063**	(5 246)
AVOIR DU CANADA AU DÉBUT			**31 223**	36 469
AVOIR DU CANADA À LA FIN			**32 286**	31 223

Voir les notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
ACTIVITÉS D'EXPLOITATION		
Bénéfice net (perte nette) d'exploitation	**1 063**	(5 246)
Ajustements pour		
Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux	**3 756**	(479)
Radiations de prêts non-provisionnés	**–**	39
Amortissement des immobilisations	**446**	529
Perte sur l'aliénation d'immobilisations	**841**	44
Augmentation (diminution) de la provision pour cessation d'emploi	**(333)**	16
Augmentation (diminution) des avantages incitatifs reportés sur bail	**796**	(27)
Amortissement de l'aide en capital reportée	**(998)**	(579)
Augmentation de l'obligation découlant d'un contrat de location-exploitation	**996**	–
	6 267	(5 703)
Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement		
Diminution (augmentation) des débiteurs	**1 152**	(1 329)
Diminution (augmentation) des frais payés d'avance	**141**	(53)
Diminution des créditeurs et frais courus	**(806)**	(3 584)
	6 754	(10 669)
ACTIVITÉS DE FINANCEMENT		
Crédit parlementaire – aide en capital	**1 295**	163
ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT		
Prêts	**(4 649)**	(5 568)
Encaissements de prêt	**1 561**	5 971
Investissements	**–**	(75)
Acquisition d'immobilisations	**(1 295)**	(163)
Produit sur l'aliénation d'immobilisations	**11**	6
	(4 372)	171
AUGMENTATION (DIMINUTION) DES LIQUIDITÉS	**3 677**	(10 335)
À RECEVOIR DU CANADA AU DÉBUT (note 3)	**27 777**	38 112
À RECEVOIR DU CANADA À LA FIN (note 3)	**31 454**	27 777

Voir les notes afférentes aux états financiers.

1. STATUT ET ACTIVITÉS

La Société a été constituée en 1967 par la Loi sur la *Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne* avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est vue confier la gestion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi le 1er juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de la radiotélédiffusion ainsi que la gestion de nouveaux programmes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, la ministre du Patrimoine canadien a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds de production des câblodistributeurs. Deux programmes d'aide financière composent le FCT : le programme de participation au capital et le programme de droits de diffusion. La Société s'est vue confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds pour le multimédia.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la *Loi sur la gestion des finances publiques* selon les dispositions de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) Sources de financement de la Société

La Société obtient des fonds principalement du gouvernement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisition d'immobilisations est comptabilisée comme aide en capital reportée au bilan, et est amortie selon la même base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte. L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

b) Liquidité et montant à recevoir du Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à recevoir du Canada est composé des recettes cumulatives non utilisées et des déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant.

c) Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts. Les investissements sont comptabilisés comme suit :

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.
- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation, autres que ceux assortis d'une obligation de remboursement préétablie, ainsi que les investissements ne prévoyant pas de récupération sont imputés aux résultats à titre de dépenses de support. Ces dépenses sont comptabilisées dans l'exercice au cours duquel elles sont versées ou exigibles.
- Les récupérations sur investissements autres que ceux reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui excède le montant de l'investissement est comptabilisée comme revenu.

d) Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions de télévision canadiennes, de longs métrages et de produits multimédias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour perte sur les prêts douteux. La provision pour pertes est établie en examinant chaque prêt individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support. L'évaluation tient compte des sûretés disponibles ainsi que de la situation financière de l'emprunteur.

Un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt. Quand un prêt est jugé douteux, la valeur comptable du prêt est réduite à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

e) Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sauf pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

f) Autres revenus d'intérêts

Les autres revenus d'intérêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et représentent les montants chargés sur les sommes dues à la Société, autres que les prêts, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant individuellement.

g) Immobilisations

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants :

Élément d'actif	Méthode	Taux
Installations informatiques	Dégressif	20 %
Logiciels	Linéaire	5 ans
Mobilier et équipement	Dégressif	20 %
Améliorations locatives	Linéaire	Durée des baux

h) Prestations de cessation d'emploi

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces prestations est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés.

i) Régime de retraite

Les employés admissibles participent au régime de retraite administré par le gouvernement du Canada. Les employés et la Société partagent également le coût du régime. Cette contribution représente la responsabilité totale de la Société. Les contributions pour les services courants et pour les services antérieurs admissibles sont imputées aux résultats de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique.

j) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les prestations de cessation d'emploi et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

3. À RECEVOIR DU CANADA

Le solde à recevoir du Canada comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Recettes cumulatives non utilisées	25 019	19 926
Déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant	6 435	7 851
	31 454	27 777

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES

Les prêts d'une valeur comptable de 8 394 852 $ (5 020 537 $ en 1999) octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt-quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

	Montant En milliers de dollars	Provision pour pertes En milliers de dollars	2000 Montant net En milliers de dollars	1999 Montant net En milliers de dollars
Prêts	**5 747**	**–**	**5 747**	6 251
Prêts douteux	**4 161**	**(4 161)**	**–**	164
	9 908	**(4 161)**	**5 747**	6 415
Moins portion à court terme	**2 676**	**(1 328)**	**1 348**	1 075
Portion à long terme	**7 232**	**(2 833)**	**4 399**	5 340

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES (SUITE)

La provision pour pertes se détaille comme suit :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Solde au début	**525**	1 004
Radiations	**(120)**	–
Recouvrements	**(272)**	(510)
Provision	**4 028**	31
Solde à la fin	**4 161**	525

5. IMMOBILISATIONS

	Prix coûtant En milliers de dollars	Amortissement cumulé En milliers de dollars	2000 Valeur nette En milliers de dollars	1999 Valeur nette En milliers de dollars
Améliorations locatives	**1 391**	**518**	**873**	314
Logiciels	**3 558**	**2 885**	**673**	496
Installations informatiques	**2 019**	**1 511**	**508**	784
Mobilier et équipement	**1 045**	**986**	**59**	222
	8 013	**5 900**	**2 113**	1 816

6. AIDE EN CAPITAL REPORTÉE

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Solde au début	**1 816**	2 232
Crédit parlementaire pour l'aide en capital	**1 295**	163
Amortissement de l'aide en capital reportée	**(998)**	(579)
Solde à la fin	**2 113**	1 816

7. OBLIGATION DÉCOULANT D'UN CONTRAT DE LOCATION-EXPLOITATION

Durant l'exercice terminé le 31 mars 2000, la Société a cessé d'utiliser un bien pour lequel elle avait signé un bail à long terme. Le loyer net futur lié au bail a été constaté à la dépense et au passif au cours de l'exercice.

8. CONTRIBUTIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

Les contributions reçues du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Fonds Canadien de télévision – Programme de participation au capital	**49 776**	57 241
Multimédia	**5 750**	5 750
Développement préprofessionnel	**2 400**	1 300
Autre	**174**	–
	58 099	64 291

9. AUTRE CONTRIBUTION

La Société a reçu une contribution de 1 000 000 $ du Fonds canadien de télévision – Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes en langues autochtones.

10. FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

	Société En milliers de dollars	Ministère En milliers de dollars	2000 Total En milliers de dollars	1999 Total En milliers de dollars
Investissements				
Émissions canadiennes	**47 798**	**39 319**	**87 117**	93 082
Longs métrages	**–**	**8 646**	**8 646**	16 067
	47 798	**47 965**	**95 763**	109 149
Récupération sur investissements	**(8 159)**	**(3 365)**	**(11 524)**	(12 120)
	39 639	**44 600**	**84 239**	97 029

11. DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

	2000 En milliers de dollars	1999 En milliers de dollars
Salaires et avantages sociaux	**8 490**	8 480
Location, taxes, chauffage et électricité	**1 623**	2 141
Honoraires professionnels	**1 428**	1 440
Frais de bureau	**1 171**	1 041
Voyages	**695**	717
Perte sur disposition d'immobilisations	**541**	44
Amortissement	**446**	529
Frais de relocalisation	**231**	108
Publicité et publications	**206**	279
Télécommunications	**201**	208
Frais de représentation	**80**	61
Sous-total	**15 112**	15 048
Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision	**366**	722
Perte découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7)	**1 958**	–
TOTAL	**17 436**	15 770

12. ENGAGEMENTS

a) Projets

Au 31 mars 2000, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

	Société En milliers de dollars	Ministère En milliers de dollars	Total En milliers de dollars
Fonds canadien de télévision			
– Programme de participation au capital	**14 098**	**7 980**	22 078
Autres programmes	**7 158**	**1 829**	8 987
	21 256	**9 809**	31 065

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des déboursés de 319 918 $. En vertu du Programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 2000 des fonds totalisant 1 789 048 $ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

	Total En milliers de dollars
2001	**2 616**
2002	**2 638**
2003	**2 568**
2004	**1 141**
2005	**672**
2006-2015	**5 379**
	15 014

13. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange.

14. ÉVENTUALITÉS

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 $. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2000 totalisent 1 452 379 $ (1999 – 2 660 961 $). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes ; par conséquent, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société. Si jamais de telles dépenses étaient engagées, elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

15. JUSTE VALEUR COMPTABLE DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS

La valeur comptable des investissements, des débiteurs et des créditeurs et frais courus correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relativement brèves.

Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclues :

	2000		1999	
	Valeur comptable En milliers de dollars	Juste valeur En milliers de dollars	Valeur comptable En milliers de dollars	Juste valeur En milliers de dollars
Prêts à court terme	**1 348**	**1 236**	1 075	952
Prêts à long terme	**4 399**	**3 690**	5 340	4 524

Les justes valeurs des prêts ont été déterminées par l'actualisation des flux de trésorerie futurs prévus aux termes des mécanismes de prêts actuels, à des taux d'actualisation équivalents au taux d'intérêt pratiqué sur le marché pour des instruments financiers qui présentent essentiellement les mêmes conditions et caractéristiques.

16. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres comparatifs de 1999 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2000.